

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – RELAÇÕES PÚBLICAS

LUCIANA LEITES

OS PROTESTOS NO GOVERNO DILMA NAS CAPAS DE ZERO HORA EM 2015

PORTO ALEGRE

2017

LUCIANA LEITES

OS PROTESTOS NO GOVERNO DILMA NAS CAPAS DE ZERO HORA EM 2015

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Helena Weber

Coorientador: Ms. Marcelo Parker Xavier

PORTO ALEGRE

2017

CIP - Catalogação na Publicação

Leites, Luciana

OS PROTESTOS NO GOVERNO DILMA NAS CAPAS DE ZERO
HORA EM 2015 / Luciana Leites. -- 2017.
74 f.

Orientadora: Maria Helena Weber.

Coorientador: Marcelo Parker Xavier.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação
Social: Relações Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Zero Hora. 2. Manifestações. 3. Acontecimento.
4. Governo Dilma Rousseff. I. Weber, Maria Helena,
orient. II. Xavier, Marcelo Parker, coorient. III.
Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado **OS PROTESTOS NO GOVERNO DILMA NAS CAPAS DE ZERO HORA EM 2015**, de autoria de Luciana Leites, estudante do curso de Relações Públicas, desenvolvido sob minha orientação.

Porto Alegre, 07 de julho de 2017.

Assinatura:

Prof^a. Dr^a. Maria Helena Weber

LUCIANA LEITES

OS PROTESTOS NO GOVERNO DILMA NAS CAPAS DE ZERO HORA EM 2015

Monografia apresentada ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Helena Weber

Coorientador: Ms. Marcelo Parker Xavier

Aprovado pela banca examinadora em _____ de _____ de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Maria Helena Weber – UFRGS
Orientadora

Ms. Marcelo Parker Xavier – UFRGS
Coorientador

Prof^ª. Dr^ª Ana Karin Nunes – UFRGS
Avaliadora

Prof^ª. Dr^ª. Maria Berenice da Costa Machado
Avaliadora

A Deus,

Aos meus pais,

Ao meu amor, Roberto,

À minha doce Lolita.

AGRADECIMENTOS

Gostaria, em primeiro lugar, de agradecer a Deus por ter me permitido vivenciar essa incrível jornada acadêmica, onde me transformei como indivíduo. A monografia significou para mim um momento de reflexão sobre toda a trajetória que me trouxe a este momento. Não é apenas mais um trabalho, mas a superação de minhas próprias dificuldades para realizá-lo.

Agradeço aos meus pais, Vilma e Ademar. Minha mãe, por todo o amor, carinho e dedicação que teve não apenas durante o período desta monografia, mas por toda uma vida em que se doou a mim. Obrigada, mãe, faltariam palavras para dizer o quanto te amo e sou grata. Ao meu pai, por me tornar forte, por me passar valores para toda uma vida, por me fazer enxergar que a luta deve seguir. Obrigada pelo amor, pelo carinho e também pelas discussões. Te amo demais! Vocês são os melhores pais que eu poderia ter nessa vida, obrigada por tudo!

Ao meu amado Roberto, obrigada por se dedicar tanto ao nosso amor. Eu te amo e sempre estarei ao teu lado.

À Lolita, minha doce Lolo, que sempre estive ao meu lado, cheia de pureza e carinho. Me enche de amor todos os dias, estive em meu lado nos momentos mais difíceis e deu um novo significado ao amor. Estará sempre em meu coração, minha linda, eu te amo com toda a minha força. Obrigada ao José Ivo, Adelaide, Bolinha, Jane, Mocréia, Delícia, Filhinho, Coisinha, Pateta e à Mini, que se foi ao longo do período do trabalho.

Agradeço à minha família pelo apoio, por entenderem a minha ausência durante este trabalho. Obrigada Vó Corali, Vó Olga, Vo Antenor, meus tios Veridiana, Bernard, Virlei, Claudete e Vagner, e meus primos, Ezequiel e Matheus, que sempre me amaram, cuidaram e oraram pela minha vida, eu amo muito vocês.

Minha amigas e colegas da Stylus, obrigada, gurias! Sei que me ausentei muito, mas vocês sempre estiveram ao meu lado, amo vocês, em especial a Renata, Suéli, Rozani, Monique, Vanessa e Gabrielly.

Às amigas que estiveram ao meu lado desde o cursinho, Paula e Mirna, e que ainda hoje são grandes amigas. Talvez se não fosse pela força que me deram eu não teria conseguido ir até o fim no vestibular.

Às amigas que a faculdade me deu como uma benção: minha querida Renata, que sempre esteve comigo desde a matrícula e que com toda a certeza fez minha vida acadêmica muito mais feliz; a Taissany, que junto comigo dividiu a realização do TCC; e a Jaqueline, pois sem o apoio, dedicação e amor que me ofereceu não seria possível ir até o fim.

À minha orientadora, Professora Maria Helena Weber, muito obrigada por ter me aceitado como orientanda, foi uma honra imensa para mim.

Ao meu coorientador, Marcelo: me faltam palavras para te agradecer. Minha profunda admiração e alegria não apenas por ter confiado em mim ao me apoiar para este trabalho, mas por ter me ensinado lições que vão além dos títulos, afinal estes não falam sobre quem somos, mas sobre as oportunidades que tivemos.

À professora Ana Karin Nunes, nossa Parainfante de Relações Públicas, os frutos que tu colhe são mais do que justos. Pelo modo que sempre me tratou, pela tua postura, por tudo, faltariam palavras. Muito obrigada!

Agradeço à UFRGS, à Fabico, aos professores, aos colegas e funcionários que tive o prazer de conhecer durante a graduação, pois através desse convívio me transformei. Passei a ver a universidade como o lugar que possibilitou ver novas realidades, enxergar o outro, reconhecer lutas e vivências que não são as minhas. Como cotista de escola pública, por muito tempo não imaginei conseguir passar no vestibular, sendo a UFRGS tão concorrida. Tendo conseguido, mais do que orgulho, tive aprendizados que jamais conseguirei retribuir. Muito obrigada, UFRGS! Talvez muitos nunca entendam o orgulho que sinto por ter compartilhado minha história com a da universidade, ter visto colegas que assim como eu se fortaleceram como pessoas, se descobriram dentro da Fabico, assim como se tornaram críticos e puderam ver o quanto este universo acadêmico deve ser modificado e enxergar seus próprios erros, assim como compreender que é necessário se reinventar, e que o currículo *lattes* não significa nada se não tivermos empatia com o outro.

A jornada acadêmica foi sim, incrível. Porém ela reflete uma pequena parte do que somos. Ficam de lado tantos aspectos, tantas características que abdicamos durante a monografia, que não acredito que ela fale tanto sobre mim. Quantos dias não suportei o cansaço do trabalho, e deixei de escrever a monografia? Quantos dias estive triste de não conseguir escrever um bom texto? E em quantos outros me senti sozinha? Isso fica escondido por trás de teorias e tabelas. Somos gente, precisamos ser gente e será que a universidade, os professores e os conceitos importam-se com isso? Chegado ao fim, entre alegrias e frustrações, tudo fica mais claro. E somos muito mais.

Agradeço especialmente aos cidadãos brasileiros que, através das suas contribuições, me possibilitaram estudar na UFRGS: a vocês meu respeito e a certeza que farei o possível para dar retorno à sociedade.

"E essas crianças em que você cospe enquanto elas tentam mudar seus mundos,
são imunes aos seus conselhos, elas sabem muito bem pelo o que estão passando."

David Bowie – The Breakfast Club

RESUMO

Este trabalho busca compreender e analisar como as manifestações ocorridas nos dias 13 de março de 2015 e 15 de março de 2015 foram construídas na capa do jornal Zero Hora (ZH), ocorridos durante o período do Governo Dilma Rousseff. Considera-se, para isso, desde o processo de seleção de determinados aspectos da realidade até sua tradução na forma de capa do jornal Zero Hora. Seguindo essa perspectiva, procurou-se abarcar a ideia de enquadramento e construção de uma moldura em torno da realidade, suas perspectivas e discursos, acerca do acontecimento, a fim de averiguar determinado caráter de parcialidade a um acontecimento jornalístico de acordo com os dados disponíveis na análise. Por fim, o estudo objetivou também analisar e identificar os possíveis traços de parcialidade utilizados nessas capas.

Palavras-chave: Zero Hora. Manifestações. Acontecimento. Governo Dilma Rousseff.

ABSTRACT

This paper seeks to understand and analyze how the manifestations occurred on March 13, 2015 and March 15, 2015 were built on the cover of the Zero Hora newspaper (ZH). For this, it is considered since the process of selecting certain aspects of reality until its translation in the form of the cover of the newspaper ZH. Following this perspective, we sought to encompass the idea of framing and constructing a framework around reality, its perspectives and discourses, in order to find out a certain partiality to a journalistic event according to the data available in the analysis. Finally, the study also aimed to analyze and identify the possible traces of partiality used in these covers.

Keywords: Zero Hora. Manifestations. Event. Dilma Rousseff Government.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Printscreen</i> de exemplo de cobertura das manifestações de 15 de março.....	37
Figura 2 – Capa da Zero Hora do dia 12 de março de 2015.....	43
Figura 3 – Capa da Zero Hora do dia 13 de março de 2015.....	45
Figura 4 – Capa da Zero Hora do dia 14 de março de 2015.....	48
Figura 5 – Capa da Zero Hora do dia 15 de março de 2015.....	51
Figura 6 – Capa da Zero Hora do dia 16 de março de 2015.....	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – <i>Corpus</i> de Pesquisa: Manifestações Governo Dilma Rousseff e Zero Hora.....	42
Quadro 2 – Manifestações pró-governo Dilma na capa de ZH em 12 de março de 2015.....	44
Quadro 3 – Manifestações pró-governo Dilma na capa de ZH em 13 de março de 2015.....	46
Quadro 4 – Manifestações contra o governo Dilma na capa de ZH em 14 de março de 2015.....	49
Quadro 5 – Manifestações contra o governo Dilma na capa de ZH em 15 de março de 2015.....	52
Quadro 6 – Manifestações contra o governo Dilma na capa de ZH em 16 de março de 2015.....	55

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 O PODER DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA.....	19
2.1 POLÍTICA E JORNALISMO.....	21
2.2 JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO.....	23
2.3 JORNALISMO E ACONTECIMENTO.....	26
2.4 A IMAGEM PÚBLICA.....	28
2.5 OPINIÃO PÚBLICA.....	31
3 AS MANIFESTAÇÕES DE 2015: O CONTEXTO E O JORNAL ZERO HORA.....	34
3.1 MANIFESTAÇÕES DE 13 DE MARÇO DE 2015: A FAVOR DO GOVERNO.....	35
3.2 MANIFESTAÇÕES DE 15 DE MARÇO DE 2015: CONTRA O GOVERNO.....	36
3.3 JORNAL ZERO HORA.....	37
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	39
4.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	39
4.1.1 <i>Corpus</i> da pesquisa e desenvolvimento.....	41
5 AS MANIFESTAÇÕES SOBRE O GOVERNO DILMA NA CAPA DE ZERO HORA..	43
5.1 ACONTECIMENTO 1 – MANIFESTAÇÕES FAVORÁVEIS AO GOVERNO DILMA ROUSSEFF.....	43
5.1.1 Capa da Zero Hora, 12 de março de 2015.....	43
5.1.2 Capa da Zero Hora, 13 de março de 2015.....	45
5.1.3 O enquadramento das manifestações favoráveis ao Governo.....	47
5.2 ACONTECIMENTO 2 – MANIFESTAÇÕES DESFAVORÁVEIS AO GOVERNO DILMA ROUSSEFF.....	48
5.2.1 Capa da Zero Hora, 14 de março de 2015.....	48
5.2.2 Capa da Zero Hora, 15 de março de 2015.....	50
5.2.3 Capa da Zero Hora, 16 de março de 2015.....	53
5.2.4 O enquadramento das manifestações desfavoráveis ao governo.....	56
5.3 ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DE ZERO HORA.....	57
5.3.1 Interesse público como objeto do jornalismo.....	58
5.3.2 Posicionamento do jornal sobre as manifestações.....	61

5.3.3 Produção de sentidos sobre a compreensão do acontecimento pelos leitores.....	63
6 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	67
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71

1 INTRODUÇÃO

As eleições presidenciais representam um importante momento na democracia brasileira: com elas se escolhe o Presidente e o Vice-Presidente da República, pessoas que irão comandar a nação nos próximos quatro anos e sobre quem estará a responsabilidade de engajar esforços para melhorar o país. A governabilidade do Presidente da República, no entanto, não depende apenas dele, depende também de apoio nas diversas esferas políticas, e é esse apoio que define se a chapa que governa o país tem a oportunidade de efetivar algum projeto em prol da sociedade ou não. Além disso, é importante salientar que os acontecimentos do cotidiano da sociedade também interferem no dia-a-dia e na governabilidade dos governantes – com mais ou menos impacto, dependendo da abrangência do fato –, sendo variáveis importantes a serem consideradas.

Considerando esse contexto político, no ano de 2014 a Presidenta Dilma Rousseff, candidata do Partido dos Trabalhadores (PT) à Presidência da República, foi reeleita com mais de 54.501.118 votos – o que representou 51,64% dos votos válidos¹ – em um pleito disputado, no segundo turno, por ela e pelo candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Aécio Neves. Dilma Rousseff iniciou seu segundo mandato na Presidência no ano de 2015, já sob o desgaste causado pelas inúmeras denúncias de corrupção e por uma profunda crise política no país. Ainda que com a chapa vitoriosa, a Presidenta Dilma passava por um período de grande desaprovação da população e perda progressiva do apoio político. O primeiro pedido de *impeachment*² realizado no segundo mandato da Presidenta foi protocolado pelo Senador Aécio Neves (PSDB)³, que mudou sua postura e, após os grandes protestos realizados em março de 2015, passou a apoiar os movimentos de *impeachment*, chegando a fazer o pedido do mesmo no Congresso Nacional – anteriormente o senador defendia que o *impeachment* deveria acontecer em caso de crime. Desse modo, o governo já não dispunha de governabilidade e vivia uma crescente perda de apoio político na Câmara dos Deputados e no Congresso Nacional.

Enquanto esses acontecimentos se desenrolavam no alto escalão político, a sociedade

¹ Informação disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2014/eleicoes-2014>>. Acesso em: 24 jun. 2017.

² *Impeachment*, ou impugnação de mandato, é um termo que denomina o processo de cassação de mandato do chefe do poder executivo pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Estaduais ou pelas Câmaras Municipais. A denúncia válida pode ser por crime comum, crime de responsabilidade, abuso de poder, desrespeito às normas constitucionais ou violação de direitos péticos previstos na constituição. A punição varia de país para país. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/busca?q=Impeachment>>. Acesso em: 24 jun. 2017.

³ Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/parlatorio/pedido-de-impeachment-de-dilma-abreracha-no-psdb-4695.html>>. Acesso em: 24 jun. 2017

começava a se mobilizar por questões que começavam a se fazer presentes no cotidiano. Os fenômenos que emergiram na esfera política agitavam as ruas e começaram a tomar força em todo o país. Grandes protestos foram realizados e o país foi abalado por um enorme fluxo de informações, denúncias e descontentamento⁴.

Estes movimentos buscavam distintos fins. No protesto ocorrido no dia 13 de março de 2015, batizado de “Ato Nacional em Defesa dos Trabalhadores”⁵ – convocado pela CUT (Central Única dos Trabalhadores), UNE (União Nacional do Estudantes) e MST (Movimento dos Trabalhadores Sem Terra) –, foram registradas manifestações em 21 estados e no Distrito Federal. Como pautas: defesa da Petrobrás, crítica ao ajuste fiscal, defesa da democracia e apelo pela reforma política.

Por outro lado, o movimento do dia 15 de março de 2015 buscava majoritariamente o *impeachment* ou a renúncia da Presidenta Dilma Rousseff. Ele foi produzido por organizações partidárias e organizado através das redes sociais⁶, ganhando força com a sua visibilidade nos veículos televisivos e passando a estampar as capas de jornais e revistas. Essa rápida e incisiva propagação fez com que o maior protesto⁷ da história do Brasil, com cerca de 2 milhões de pessoas em todo o país⁸, fosse realizado no dia 15 de março de 2015 simultaneamente em todas as capitais brasileiras, amplamente coberto pela mídia durante todo o dia em que ocorreu, bem como nos dias seguintes. Nesse protesto era pedido o *impeachment* ou a renúncia da Presidenta Dilma Rousseff.

Gerou-se, partindo dos protestos que ocorreram naquele contexto histórico e político, uma necessidade do estudo da área de produção de imagem pública, bem como da atuação da mídia sobre a construção desse cenário. Sendo assim, este trabalho tem como objetivo geral analisar e compreender como as manifestações ocorridas nos dias 13 de março de 2015 e 15 de março de 2015 foram construídas na capa do jornal Zero Hora (ZH). Considera-se, para isso, desde o processo de seleção de determinados aspectos da realidade (em detrimento de outros) até sua

⁴ Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,manifestacoes-contradilma-levam-multidao-as-ruas-do-pais,1651418>>. Acesso em: 24 abr. 2017

⁵ Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/parlatorio/acompanhe-os-protestos-de-13-de-marco-em-todo-o-brasil-401.html>>. Acesso em: 24 abr. 2017

⁶ Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2015/03/15-de-marco-os-bprotestos-pelo-brasilb.html>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

⁷ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2015/03/15/protestos-contragoverno-e-corupcao-reunem-mais-de-2-milhoes-pelo-brasil-dizem-pms.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

⁸ Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,cronologia-protestos-2015-a-2016,12_157,0.htm>. Acesso em: 23 abr. 2017.

tradução na forma de capa do jornal ZH. Seguindo essa perspectiva, é importante perceber que a ideia de enquadramento e construção de uma moldura em torno da realidade pode excluir ou incluir dados, perspectivas e discursos a fim de conferir determinado caráter a um acontecimento jornalístico. É essa ideia que torna importante o estudo da construção da informação na capa de um jornal de grande circulação e visibilidade.

Assim, foram selecionadas as capas dos jornais Zero Hora durante o período de 12 a 16 de março de 2015. Desse modo, foi realizado o recorte do *corpus* de pesquisa, sendo possível, então, definir a questão central do presente trabalho: Como a Zero Hora qualificou os protestos sobre o Governo Dilma de acordo com o enquadramento expresso nas suas capas?

Para dar conta de responder ao problema, buscou-se conceitos e elementos que ofereçam subsídios para a execução do trabalho, aliando perspectivas teóricas que permeiam o jornalismo e que componham questões ligadas à comunicação política. Foram utilizados elementos que pudessem responder aos objetivos específicos: entender se houve por parte das capas de Zero Hora imparcialidade em relação a abordagem dos protestos; e identificar se as capas privilegiaram algum dos protestos.

Devido ao potencial e à relevância de tais manifestações para o futuro da democracia brasileira, a premissa está no entendimento sobre a capacidade do Jornal Zero Hora em influir e causar legitimidade na esfera pública, causado por sua ampla circulação e por ser o jornal de maior abrangência do estado do Rio Grande do Sul, sendo o 4º mais lido do Brasil segundo o Instituto Verificador de Comunicação (IVC)⁹. O que de fato ocorre é uma percepção empírica que indica que possa existir um direcionamento do conteúdo apresentado nestes veículos em dadas circunstâncias políticas do país, o que pode levar a reflexão de Gomes:

Uma dessas diferenças expressivas, que significam muito para a comunicação política brasileira, diz respeito ao fenômeno inverso ao de uma sociedade em que a esfera pública da comunicação se protege do interesse político. Trata-se do fenômeno do controle político da comunicação de massa. (GOMES, 2004, p.175).

Portanto se faz essencial compreender como o jornal Zero Hora, através das suas capas, privilegiou a cobertura das manifestações populares e de grande porte relacionadas ao *Impeachment* de Dilma Rousseff. Assim, pretende-se analisar a postura do jornal na cobertura

⁹ Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/03/zero-hora-sobe-para-a-quarta-posicao-no-ranking-dos-maiores-jornais-do-pais-5231753.html>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

dos protestos no Governo Dilma Rousseff. Portanto, este estudo destina-se a analisar as variáveis contidas no processo comunicacional que compreende o modo pelo qual o jornalismo participou do período histórico.

Com base no exposto acima e buscando a melhor forma de alcançar a resposta ao problema que permeia este trabalho, sua organização se deu em seis capítulos e uma conclusão. Sendo esta Introdução o primeiro capítulo, o segundo traz o aporte teórico fundamentando Jornalismo, enquadramento, acontecimento jornalístico, interesse público, imagem e opinião pública, a fim de conseguir analisar posteriormente as capas selecionadas como objeto de estudo. Para o estudo da comunicação política, as referências vêm da contribuição de Gomes (2004) na compreensão das conexões estabelecidas entre as conjunturas entre os processos de comunicação e a esfera política. A fundamentação de enquadramento e acontecimento jornalístico, com contribuição de Leal, Antunes e Vaz (2010; 2011), foi de extrema importância para o estudo, de forma que são apresentados os percursos metodológicos que refletem sobre metodologias de pesquisa com relação ao acontecimento. Os estudos de interesse público foram baseados em Sartor (2016), a imagem pública foi explorada a partir de um estudo de Gomes (2004) e Baldissera (2004), e, por fim, para o estudo de opinião pública foram abarcadas perspectivas de Augras (1970) e Lippmann (2008).

Em seguida, no terceiro capítulo o objetivo foi traçar um panorama que inclui o contexto na qual as capas da Zero Hora estão inseridas e desenvolver maior detalhamento sobre as manifestações estudadas. O quarto capítulo é destinado à metodologia aplicada ao estudo e ao recorte do *corpus* de análise. Nele há a abordagem da metodologia escolhida, assim como os procedimentos empregados, as categorias utilizadas na análise e a apresentação da amostra. O quinto capítulo dá sequência com a análise detalhada do *corpus*. Em seguida, o sexto capítulo traz considerações mais conclusivas que foram destacadas na análise dos conteúdos presentes no capítulo anterior. Por fim, as considerações finais retomam brevemente a trajetória percorrida neste trabalho, perpassando as principais colocações teóricas estudadas, os resultados mais importantes compreendidos na realização do estudo – com a resposta ao problema de pesquisa –, uma reflexão sobre sua construção e importância e, por fim, indicação de outras formas possíveis de abordar esse assunto por futuros pesquisadores.

2 O PODER DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Ao realizar o exercício reflexivo que nos leva a pensar nos modos como a política é entendida através dos meios de comunicação é importante considerar que ela é intermediada de forma constante por informações e ambientações midiáticas. Portanto, neste primeiro momento precisamos realizar uma volta aos fundamentos que compõem os conceitos acerca dos elementos políticos presentes no olhar da sociedade. Segundo Rubim (2004, p. 191), “A mudança acontecida [...] não diz respeito à dimensão estética ou espetacular da política, mas à potência e à modalidade de seu acionamento em uma nova formação social.”. Os acontecimentos políticos, dessa forma, passam a ter uma nova lógica de comportamento, visto que a política em si está para além de processos fixos previamente estabelecidos, ela não acontece apenas entre os atores políticos, e sim está presente na sociedade. O autor segue expondo que, da mesma forma, a esfera política parte de um princípio altamente potente, e que incide um grande poder em relação à sociedade, mesmo que essa emissão não parta diretamente do que na sociedade é visto como parte da esfera política. Portanto, a apropriação dos processos políticos pela mídia tem efeitos potencializadores quanto à sua propagação e em relação à criação do espetáculo político.

Gomes (2004) estabelece três modelos para tratar a intensa relação entre comunicação e política. No primeiro modelo a comunicação de massa se delimita à imprensa de opinião; fez parte do contexto das revoluções burguesas, em que a imprensa funcionava como instrumento de discussão pública, ou seja, uma ferramenta burguesa. Assim, a imprensa de opinião da burguesia se tornou imprensa de um partido quando se estabeleceu o Estado burguês. Foi neste momento histórico que surgiu o discurso de defesa à liberdade de imprensa, fundamental para o pleno confronto de opiniões entre os partidos governistas e oposicionistas. Neste modelo, a liberdade de imprensa representava a liberdade de partido e expressão de concepções e ideais políticos.

No segundo modelo de Gomes (2004) a imprensa, apesar das semelhanças com o modelo anterior, surge através de novos dispositivos tecnológicos operados por novas instituições de comunicação de massa (como o rádio, cinema e TV), que se encarregam de produzir e difundir massivamente produtos culturais. Aqui a comunicação de massa era vista pela política como um meio para atingir uma massa populacional, sendo onde surgem as primeiras sondagens sobre comunicação e política. Este é o modelo em que os meios de comunicação de massa já começam a se organizar enquanto indústrias, e é possível escolher entre gerar capital econômico ou capital

político para seus donos.

Nesse sentido, Gomes (2004) traz em seu terceiro modelo uma imprensa de partido que agora é assimilada por uma indústria da informação que incorpora os outros dispositivos para criar um sistema de produção e distribuição de informação em larga escala, de modo a transformar a informação em um negócio, cultivando uma relação de mantenedores e anunciantes. Os consumidores queriam um tipo de informação e em um ritmo que apenas a imprensa empresarial poderia suprir. Dessa forma, com mais consumidores sendo atendidos pela grande imprensa, esta se dá conta de que a audiência que possui é um bem interessante ao setor produtivo e passa a vendê-lo. Assim surge uma indústria da informação, quando esta cativa a opinião e a “atenção pública” e vende-a a um anunciante. E é nessa era que nos encontramos.

Além de entender como a imprensa se relaciona com a política e a opinião pública, como feito acima, para realizar o exercício de reflexão sobre a construção da cobertura no jornal Zero Hora sobre os protestos ocorridos em todo o Brasil nos dias 13 e 15 de março de 2015 precisamos contextualizar também a importância da mídia no campo da política.

Segundo Soares (2006 apud GOULART, 2006, p. 82), “[...] eleições sem opinião livre não tem qualquer conteúdo democrático”, ou seja, a opinião precisa ser livre para poder de fato caracterizar uma democracia. Destarte, encontra-se nesse sentido um ponto nevrálgico da condição da mídia como mediadora da imagem pública dos acontecimentos políticos. Por outro lado, mesmo que a opinião precise ser livre, é inerente a percepção dos veículos de comunicação como detentores de poder que se apropriam do emprego da legitimação e da visibilidade que possuem em suas exposições editoriais, adquirindo, nesse contexto, poder de influenciarem opiniões através de suas atribuições de sentido. Confere, assim, um espetáculo midiático ao meio político e social através de fatos que têm o poder de mudar totalmente as circunstâncias e percepções do momento. Assim, percebe-se como importante a ideia de Fallows (1997), trazida por Gomes (2004, p. 349):

Fallows adverte que há, entretanto, uma diferença fundamental entre o enquadramento de conflito no esporte e na política, que consiste no fato de que na política ‘o tom da cobertura jornalística política afeta o modo como o jogo – jogo público é jogado’. Como cada demanda da esfera de visibilidade pública corresponde a uma resposta no interior do campo político, os agentes políticos cientes de que os jornalistas empregam um enquadramento de conflito estão prontos para desferir os ataques verbais em quantidades e modos necessários, assim que microfones e câmeras são ligados, de forma a assegurar os seus bons segundos de presença no telejornal da noite e nas manchetes do dia seguinte.

Este momento teórico inicial foi importante para as primeiras concepções que trazem a relação entre jornalismo, política e sociedade. Foi visto até agora que os acontecimentos políticos acontecem além de sua esfera comum, tendo efeitos e sendo discutidos pela sociedade. Por esse viés, o jornalismo e a mídia têm um papel fundamental em passar ao público os acontecimentos políticos e se utilizam de sua credibilidade para que sua forma de pensar seja mais difundida, tendo a capacidade de influenciar opiniões. Para melhor compreender como esses processos ocorrem, os subcapítulos a seguir trazem conceitos que abordam as relações estabelecidas entre política e jornalismo, o conceito do acontecimento jornalístico, noções de interesse público, a imagem pública aplicada em relação à política e opinião pública e seu comportamento na mídia.

2.1 POLÍTICA E JORNALISMO

Ao se pensar o espaço político do jornalismo é necessário ressaltar que em diversas circunstâncias a cobertura jornalística prioriza critérios de noticiabilidade, trabalhados por Silva:

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Esses critérios influem na esfera política, assim como se concentram nas disputas acerca do jogo político. A disputa, portanto, passa a uma discussão que está ligada à identificação ideológica e partidária dos veículos envolvidos, ainda que seja comum a crítica quanto à cobertura oferecida ao campo político.

Nesse sentido, segundo Barreto (2006), é atribuída ao jornalismo a função de fiscalização do campo político, sendo importante como contribuição à sociedade, pois permite que ela tome conhecimento sobre como a política – que diz respeito a todos os cidadãos – age. Porém, ao mesmo tempo isso oportuniza ao campo jornalístico uma forma de legitimação perante seu público. A pertinência do jornalismo enquanto agente de fiscalização da democracia afirma legitimamente sua autoridade enquanto instrumento necessário na construção de uma sociedade participativa e que compreende a informação como constituição de uma forma de poder.

Segundo Porto (2004):

Frequentemente, a mídia é entendida como ‘fonte de informação’ e seu papel é definido como o de informar os cidadãos. Para bem servir a democracia, segundo este enfoque tradicional, a mídia deve transmitir informações de forma objetiva e imparcial para a audiência. A partir deste ponto de vista, a crítica do papel político da mídia se restringe geralmente a ressaltar a falta de objetividade ou a imparcialidade das mensagens. Implícita, neste paradigma, está a visão de que, ao tratar de temas políticos, a mídia deve impedir que valores e ideologias (principalmente dos proprietários e jornalistas) interfiram no relato dos ‘fatos’ (a noção de objetividade) ou evitar que os meios de comunicação favoreçam um grupo, partido ou candidato (a noção de imparcialidade). (PORTO, 2004, p. 74).

No transcorrer dos inúmeros escândalos políticos que tiveram como palco os noticiários, jornais, revistas e outros meios nos últimos anos, torna-se ainda mais pertinente a discussão dos limites legais e adequados concernentes ao papel do jornalismo esperado em uma sociedade democrática, procurando entender se, de fato, o jornalismo hoje pode estar ferindo os compromissos que são os pilares da democracia. Na América Latina, e mais estritamente no Brasil, viveu-se um contexto histórico de períodos nos quais houve rupturas fortes na democracia no século XX. Nossa esfera midiática permanecia ainda envolta de regimes totalitários que chegaram ao fim nos anos 80. Desse modo, o país ainda sofre o monopólio histórico de famílias que comandam há décadas a circulação de informações pelo Brasil, além de serem poderosas fontes de influências políticas. Dessa forma, ainda hoje, em 2017, existe pouca multiplicidade do ponto de vista político e que mantém um viés liberal na grande mídia, bem como descrito por Matos:

Muitos países da América do Sul, que saíram de regimes autoritários nos anos 80, lutaram nos anos 90 para adaptar, ou minimizar, a realidade politizada e ideológica dessas nações à tradição do jornalismo liberal clássico norte-americano, com seus valores da objetividade e do profissionalismo. (MATOS, 2008, p. 254).

Ainda relacionado a essas questões, Matos (2008) diz que com a consolidação de uma democracia representativa “A imprensa contemporânea encontrou-se mergulhada no dilema de ter de responder aos anseios dos leitores-cidadãos ao mesmo tempo que reforçava a concepção da notícia como produto voltado ao consumo” (MATOS, 2008, p.254).

É importante ressaltar um dos principais questionamentos vinculados à mídia em sua posição democrática: a essencialidade que os meios de comunicação ocupam no momento político. Essencialidade no sentido de que possibilita a constituição de diferentes formas de comunicar a política, sendo nos meios tradicionais de comunicação ou nos meios que também

possuem capacidade de influência na leitura dos processos em curso, pois têm o poder de produzir e divulgar um discurso hegemônico (MATOS, 2008). A mídia deve cumprir na sociedade a busca por respostas comuns aos problemas sociais, e, ainda que esse olhar não consiga dar conta como um todo da complexidade do processo comunicacional, ela permanece em um papel de nortear ações dos grupos de comunicação que buscam, pensando em seus próprios benefícios, influenciar o interesse por determinados temas pela sociedade. Alguns fatores influenciam diretamente o modo como consumimos o jornalismo, como o surgimento tardio da imprensa de jornais no Brasil, o que acabou ocasionando o monopólio dos veículos de comunicação. Assim, acrescido de inúmeros elementos, como períodos de ditadura, uma democracia recente e uma mídia seletiva, construiu-se na esfera política brasileira o tipo de mídia que temos atualmente.

Diante dessas significativas mudanças políticas ocorridas nas últimas décadas, Matos (2008) diz que:

A mídia sem dúvida tem um papel relevante no rearranjo das forças políticas e das estruturas de poder na sociedade brasileira. Ela tem funcionado até como palco teatral, no qual as disputas sociais, políticas e ideológicas realizam-se de forma ora trágica, ora cômica. No período pós-ditadura, a imprensa se viu obrigada a redefinir o seu papel e a maneira como ela se relacionaria com o processo da democratização brasileira. Assumiu assim diversas funções, incluindo a de não ser mais um mero repetidor das decisões governamentais ou um veículo de resistência política ao regime militar. Compromissos de interesse público foram, portanto, expandidos na grande imprensa em consequência da democratização política. Tudo isso ocorreu em um cenário da maximização da identidade comercial dos meios de comunicação e da transformação da notícia em mercadoria. O mercado, portanto, pavimentou o caminho para a abertura de novos espaços de diálogo na grande mídia, estendendo a representação nesta arena aos interesses de múltiplos de novos públicos (MATOS, 2008, p. 9).

Portanto, compreende-se que produtos gerados pela mídia e pelos veículos de comunicação, especialmente em se tratando da cobertura jornalística, são um meio no qual governos, instituições e atores políticos podem ou não ser legitimados.

2.2 JORNALISMO E INTERESSE PÚBLICO

Ao longo dos séculos, para sua consolidação o jornalismo construiu seus alicerces em uma imagem que legitima a sua responsabilidade social e seu compromisso com o bem comum. Dessa forma, o fazer jornalístico foi legitimado através de processos nos quais a sociedade passou

a vê-lo como verdade e fez com que ele obtivesse o reconhecimento social, segundo a noção de Hohlfeldt (2008) à luz das ideias de Rudiger (2003). Ele prossegue: “Os meios de comunicação adquirem, assim, o caráter de canais de transmissão, circulação e recepção de idéias, passando a designar o intercâmbio tecnologicamente mediado de mensagens na sociedade.” (RUDIGER, 2003 apud HOHLFELDT, 2008, p. 39).

Assim, segundo Sartor (2016):

[...] o debate teórico sobre o tema leva ao reconhecimento de que o ‘bem comum’, geralmente, não se apresenta como um alvo nítido, predeterminado, que se possa apreender objetivamente e de forma incontestada. Diferentes grupos e sujeitos em disputa no jogo político tendem a se autoproclamarem defensores do interesse público, sem que, de modo geral, exista um critério objetivo capaz de determinar qual ou quais das diferentes e mesmo antagônicas proposições defendidas por esses grupos representam de fato o interesse da coletividade ou apenas se revestem, por mecanismos e artifícios diversos, de um caráter pseudouniversal. (p. 21).

Todavia, observamos que a notícia é fruto de um acontecimento jornalístico conferido pela mídia, o que faz com que uma mesma notícia seja abordada de formas diferentes por diferentes veículos midiáticos, ou, ainda, que sejam escolhidos para divulgação determinados temas em detrimento de outros, em nome do interesse público.

O discurso do interesse público no jornalismo é empregado através da sua legitimação, com discursos que podem ser contraditórios, pois, ao passo que defendem um bem comum, desconsideram um outro viés do mesmo tema. Entende-se como parte do processo do jornalismo a atribuição de ser responsável pelo compartilhamento do mundo, bem como a capacidade de registrar e acompanhar o que compreendemos como informação. Contida nesse conceito, a informação refere-se à complexidade de entender, segundo Leal, Antunes e Vaz (2011) que:

[...] a informação nunca pode ser isolada, destacada ou reduzida a uma unidade mínima. É por mero esforço didático que podemos pensar *uma* informação. Tal compreensão vem questionar algumas perspectivas que promovem uma distinção, por exemplo, entre discurso informativo e discurso narrativo. Só podemos perceber e compreender a informação na teia de relações em que ela é incluída de que pode projetar. A tessitura dessa teia envolve, inclusive, outras informações explícitas ou pressupostas, ditas ou interditas. No cúmulo do raciocínio em espiral: toda informação é informada por outras informações. (LEAL; ANTUNES; VAZ, 2011, p. 71, grifo dos autores).

Desse modo, o interesse público compreendido através da notícia traz consigo informações que antecedem o próprio acontecimento. Essas informações possuem caráter relacionado aos interesses próprios de quem as veicula. Segundo Sartor (2016):

Assim, pode-se dizer que, de modo mais ou menos consciente, os jornalistas atribuem sentidos à noção de interesse público (e à ideia do que seja representar, servir ou defender o interesse público) que lhes permitem simultaneamente identificarem-se com um grupo profissional, justificarem a importância de seu trabalho perante a sociedade e fazerem escolhas nos processos de produção noticiosa. (SARTOR, 2016, p. 22).

Aliado à esfera política, essa definição deveria ser uma premissa. Porém, é indispensável também enxergar o interesse público como uma luta por diferentes “interesses”, que advém de distintas lutas. Portanto, o estudo do interesse público é o início de múltiplas discussões. Atentarei ao conceito de interesse público no jornalismo na linha que o define como parte integrante do fazer jornalístico, especialmente em relação aos aspectos que possuem grande visibilidade em seus conteúdos.

O “interesse público” pode abarcar ações que, mesmo com diferenças culturais, regimes políticos, culturas e contextos sociais, levam o fazer jornalístico a justificar as suas ações em nome desse dito bem estar social. Muitas vezes em nome de um suposto “interesse público” são utilizadas justificativas que solidificam e legitimam práticas e, caso seja necessário, se impõem acima de uma ordem ou lei, ainda que de forma ilegal, porém justificando suas ações baseado no bem comum. Violar a privacidade alheia, revelar processos em segredo, publicar informações confidenciais, obter informações por meios escusos e gravar e divulgar áudios e vídeos sem autorização são apenas alguns dos exemplos que podem ser dados de atos imorais ou ilegais cometidos por veículos midiáticos em nome do “interesse público” (SARTOR, 2016).

Portanto, o jornalismo deve se ater a fortificar as premissas que o regem dentro do discurso em si, representando as necessidades dos múltiplos setores da sociedade brasileira. Para Matos, “Sem dúvida, um Estado de uma sociedade civil fortes, além de um mercado mais preocupado com o interesse público, podem ajudar a assentar as fundações para uma sociedade democrática mais avançada e representativa, contribuindo para isso.” (MATOS, 2008, p. 324).

Desse modo, fica claro que o jornalismo pode fomentar uma agenda mais democrática nos meios de comunicação. Matos (2008) afirma que

[...] é crucial examinar agendas de trabalho que possam dar impulso ao caráter democrático dos sistemas de comunicação do jornalismo brasileiro, para que estes possam responder melhor às exigências da inclusão social e de maior representação política da sociedade. (MATOS, 2008, p. 324).

2.3 JORNALISMO E ACONTECIMENTO

Uma das questões principais que tangem este trabalho é entender como as manifestações ocorridas nos dias 13 e 15 de março de 2015 constituem um acontecimento e mobilizam a cobertura jornalística.

Segundo Henn (2011 apud LEAL; ANTUNES; VAZ, 2011), o jornalismo se materializa através de um sistema semiótico. Ora, ele só é capaz de existir – só tem uma razão de ser – se for inscrito na condição de linguagem. Para o autor, “[...] ao se colocar como instância mediadora entre a sociedade e a realidade que esta própria sociedade constitui, o jornalismo exerce a função de representar e se inscreve como linguagem: o jornalismo só existe materializado na condição de linguagem.” (HENN, 2011 apud LEAL; ANTUNES; VAZ, 2011, p. 79). Desse modo, entende-se que a linguagem é fator determinante para que, utilizando recursos discursivos, seja possível produzir, então, o acontecimento.

Os fatos que ocorrem diariamente são imprevisíveis, ou seja, do ponto de vista superficial cabe ao jornalismo gerar a notícia, bem como em relação ao conceito utilizado anteriormente de informação, onde, ainda que a informação seja precedida de uma teia de informações, ela nunca será determinada pelo que a antecede. Porém, isso não pressupõe que diante dessa imprevisibilidade dos acontecimentos na esfera social se faz necessário dispor de uma ordem de processos para que seja produzida a notícia.

Além dos critérios já citados, podemos, à luz de Charaudeau, entender sobre o jornalismo:

É importante compreendê-lo como uma prática discursiva que ocorre na moldura de certas regularidades. Tais regularidades, construídas e reafirmadas em seu próprio processo de acontecer ao longo do tempo, acabam por ser reconhecidas pelos sujeitos no âmbito de um contrato de Comunicação. (CHARAUDEAU, 1996 apud LEAL; ANTUNES; VAZ, 2010, p. 59).

Assim, segundo Leal, Antunes e Vaz (2010, p. 190), “Entende-se que acontecimentos políticos relacionados às ações dos representantes políticos são, em grande medida, construídos através dos conteúdos produzidos pelo jornalismo, que antecedem ou sucedem o evento”. Portanto, a análise do contexto no qual está inserida a capa de um jornal e quais as matérias em destaque é uma maneira de compreender as formas de produzir e contribuir no processo político desse jornal. Os autores seguem:

Isso porque, em primeiro lugar, em uma sociedade democrática de massas, e principalmente através dos meios de comunicação – e aí estão incluídos os veículos jornalísticos – que os cidadãos conhecem as decisões políticas, observam os atos de os atores políticos em cena e, em última instância, participam da vida política da nação. (LEAL; ANTUNES; VAZ, 2010, p. 190).

E completam enfatizando que: “Em segundo lugar, é através da legitimidade de que goza o jornalismo para relatar os acontecimentos do mundo que as pessoas constroem seus próprios significados sobre aquilo que conhecem através das notícias.” (LEAL; ANTUNES; VAZ, 2010, p. 190). Compreende-se, então, que o enquadramento¹⁰ dado ao acontecimento jornalístico irá moldar o modo como o leitor irá se relacionar com o fato em si e como, nesse sentido, ele oferece sentidos a serem compreendidos.

O acontecimento, portanto, não se desprende de ser uma construção social com a qual é impossível não nos relacionarmos em diferentes níveis. Ele desperta em cada indivíduo um processo de significação sobre o que de fato “acontece” na sociedade. Os meios de comunicação e veículos permanecem em um “estado de vigilância” da notícia, a fim de capturar nuances que se encaixem com o acontecimento, sem causar maiores rupturas. O jornalismo, ao legitimar o discurso do senso comum da população enquanto um meio de autoridade, acaba sendo uma espécie de regulador social. O acontecimento é construído quando existe algo que se constitui “fora do padrão ou ordem das coisas”, ele acaba sendo uma ruptura, um ponto de anormalidade dentro de uma circunstância normal. Porém, dentro dos critérios de noticiabilidade entende-se que sempre haverá “ganchos” nos quais o jornalismo irá se apegar, a fim de conseguir produzir uma notícia por associação. Pode-se utilizar datas onde se comemoram aniversários de fatos históricos relevantes, por exemplo (LEAL; ANTUNES; VAZ, 2010)

Desse modo, podemos concluir que ao noticiar a informação o jornalismo não irá apenas noticiar, mas irá contribuir para que o acontecimento seja construído, portanto cabe à narrativa do jornalismo trabalhar uma dimensão do discurso na qual o seu leitor possa gerar significações que o façam se sentir parte integrante da própria narrativa. O acontecimento precisa abordar o discurso de forma linear, e com essa linearidade traçar início, meio e fim, para que o leitor compreenda a sequência dos acontecimentos.

¹⁰ Enquadramento, segundo Porto (2004), são marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem que seja conferido sentido aos acontecimentos.

2.4 A IMAGEM PÚBLICA

Analisar o modo como foi realizada a cobertura jornalística e a construção da imagem pública do Governo Dilma nas capas do jornal Zero Hora é crucial para entender a influência do veículo no processo comunicacional do período. Para realizar um estudo aprofundado sobre o tema, é necessário fazer uma reflexão sobre o que é imagem e como ela é formada.

Sendo o fator de maior influência no contexto social, principalmente ao pensarmos a imagem veiculada nas mídias, o jornal pode, segundo Baldissera (2004), ao mesmo tempo colocar a imagem de uma pessoa, organização ou objeto no topo – dando credibilidade ao produto apresentado –, ou deixá-la em suspenso – sem o menor reconhecimento. A mídia também é capaz de inspirar a idolatria por algo ou alguém.

O poder simbólico que a imagem passa a ter na sociedade atual é apontado por Baldissera (2004, p. 149), onde “[...] a idéia de que a imagem é o mais importante capital de uma organização, isto é, sua cotação (caráter financeiro) mantém relação direta com a imagem que os diferentes públicos têm dela”.

Apesar do emprego ainda utilizado de termos ultrapassados, como “vender imagem” ou “passar imagem”, é preciso compreender que tais termos não correspondem ao que realmente é um processo comunicativo. Apesar de não representar um problema, do ponto de vista menos profissional, para o comunicador – ou profissional que tem como função orientar atores que utilizem mais fortemente esses conceitos –, é preciso ter bem definido a que tipo de imagem se está referindo com as expressões anteriormente citadas. Elas são muito utilizadas quando estão dirigidas para algo que pode ser visto, olhado, ou seja, percebido pela visão, mas esse não é o único sentido possível de ser aplicado. Baldissera (2004) distingue os três tipos de imagem por ele classificadas: a imagem física-visível, a imagem-linguagem e a imagem-conceito.

A primeira caracterização apontada pelo autor refere-se à imagem que é percebida pelo aparelho óptico, sendo que só após a captura da imagem um sentido é dado àquilo que foi visto. Entende-se, portanto, que tudo que é visto pelo aparelho óptico é rico em produção de sentido. Essa finalidade, todavia, pertence à diferenciação entre aquelas imagens físicas-visíveis que serão impregnadas por algum sentido e aquelas que serão somente vistas, sem que haja uma significação latente.

No segundo momento, aborda-se a imagem-linguagem, que é aquela impregnada por

processos comunicacionais, a imagem formada a partir do texto, acompanhada ou não por uma imagem visual.

A leitura do texto, de seus signos, instantaneamente, dá início a um processo semiótico que faz com que várias imagens povoem/circulem na mente do leitor [...] em processo de construção, transformação e/ou desconstrução de sentidos, dependendo de sua capacidade, de seu repertório e de sua competência para atribuir sentido. (BALDISSERA, 2004, p. 164).

A imagem-conceito – terceira e última classificação de imagem de Baldissera (2004) – corresponde a um lugar de recepção onde a imagem é formada pelo outro em sua subjetividade humana. A imagem-conceito está também muito ligada ao que se diz sobre reputação. Em vista disso, apesar dela ser formada no outro, o indivíduo pode usar de materiais (como mensagens, fatos e configurações significativas) que auxiliem no processo da construção da imagem-conceito.

Gomes (2004) caracteriza e conceitua a imagem também com relação à imagem política. São enfatizados três argumentos relativos à imagem, em que: (1) é possível ter imagem também daquilo que não possui qualquer representação visual; (2) há imagens que não podem sequer ser traduzidas visualmente; (3) imagem se faz com ações e com discurso.

Nesse sentido, para Gomes (2004) a imagem nasce da subjetividade humana, onde se formam conceitos que incidem na construção da imagem, o que faz com que muitas vezes ela seja confundida com opinião pública. Dessa maneira, é correto afirmar, de acordo com os conceitos abordados pelo autor, que a imagem de alguém ou algo é aquilo que este alguém ou algo nos parece ser, o que está estreitamente relacionado com a forma pela qual o alguém ou algo discorre sua identidade, ou seja, formamos uma imagem a partir dos subsídios que são dados para que esta seja formada, bem como outros elementos que propiciam outras relações utilizadas para a formação da imagem.

Para Gomes (2004) a construção da imagem pública torna-se uma competição pela produção da percepção de outros. Segundo o autor, é definida em dois pontos: o primeiro ponto é o que identifica o conceito formal de imagem e o que ela transmite de sentido para nós; e o segundo ponto é a Política de Imagem, que consiste em sua definição como “[...] prática política naquilo que nela está voltado para a competição pela produção e controle de imagens públicas de personagens e instituições.” (GOMES, 1999, p.147).

Nesse jogo de imagem, o autor afirma que há três classes que serão mais importantes

nessa esfera: o mundo do espetáculo, o mundo do comércio e o mundo da política. Essa esfera, por sua vez, que está em constante luta pela atenção e pela preferência do cidadão. Segundo Gomes (2004), a imagem pública é uma atribuição, é um reconhecimento de características que formam uma imagem. Ainda assim, discute a diferença entre “imagem pública” e “opinião pública”, onde define que o melhor uso do termo “imagem pública” é “[...] para as concepções sobre a natureza das instituições, pessoas e produtos, para juízos intelectuais acerca das propriedades estáveis de sujeitos e instituições.” (GOMES, 2004, p. 255). O autor ainda afirma que a imagem pública não é fixa, ela está sujeita a inúmeras mudanças o tempo todo e, por mais que em determinado momento a imagem esteja em um momento favorável, ela pode repentinamente ser transformada e inclusive deixar de existir.

Sendo assim, pensar as transformações no campo da política sobrepostas pelos meios de comunicação e suas estratégias de visibilidade acarreta em elementos que fazem com que o êxito de um ator político e de uma figura pública seja subordinado à sua visibilidade e à maneira como incida sua imagem perante os meios midiáticos e a opinião pública. Nos espaços em que se configuram as disputas políticas encontram-se elementos da política de imagem. Esta, por sua vez, refere-se ao fazer político frente a questões relacionadas a espaços de visibilidade proporcionados pela mídia, e pode ser entendida como: a) a criação, produção e manutenção da imagem pública de atores, classes de atores e instâncias políticas; b) o ajuste das imagens públicas às expectativas dos públicos; e c) o gerenciamento eficaz da imagem pública por meio da elaboração de um tipo de estratégia comunicativa, a qual não se limita a conferir existência midiática a esses atores, mas deve assegurar sua presença constante na esfera de visibilidade pública (GOMES, 2004).

Destarte, a presença na esfera pública requer uma conversa com variados públicos, visto que as estratégias de comunicação tangem principalmente à visibilidade dos processos interativos entre públicos. As estratégias que convergem a imagem pública dos atores políticos, portanto, precisam ser formuladas a fim de propor ações no campo eleitoral. A publicização política se faz essencial para que a imagem pública do ator político seja gerada e acarrete resultados positivos, agregando valores à sua imagem política. São essas estratégias que utilizam mecanismos a fim de afixarem e construírem uma relação do público com a imagem pretendida do candidato, conquistando, assim, eleitores. Portanto, devem ser criados códigos para que se construam fatos que falem pelo ator político.

2.5 OPINIÃO PÚBLICA

Delinear a compreensão da opinião pública exige que façamos uma concisa retomada do teor que compõe a ideia desse conceito e como se dá sua relação com a política. Aqui entra também a relação que a opinião pública estabelece com o jornalismo e os interesses que serão parte da (e influenciam) sua construção, bem como o modo que a veiculação da notícia influi como estratégia de comunicação na concepção de uma abordagem jornalística. Com a existência da opinião pública os meios de comunicação conseguem se utilizar de ideias já segmentadas pela sociedade para efetivar a legitimidade de suas ações em relação à veiculação de aspectos dos acontecimentos políticos. Serão tratadas, a fim de averiguar com maior complexidade, as diferentes noções de opinião pública na esfera política.

Nós aqui deparamos com conceitos que nos remetem à ideia de que a opinião pública é, devido a sua terminologia, a opinião que representa um grupo de indivíduos. Segundo Augras (1970, p. 12), “[...] a opinião é um fenômeno social. Existe apenas em relação a um grupo, é um dos modos de expressão desse grupo e difunde-se utilizando as redes de comunicação do grupo.”. Para a autora, a opinião pública seria como um meio de promover a opinião como controle social. A partir disso, ela fala que nem sempre serviu para influenciar um grupo de indivíduos a fim de manipulá-los. Augras (1970, p. 12) cita dois níveis de interferência para pensar a formação da opinião pública: o nível individual, em que “[...] opinião pública confunde-se com atitude.”; e o nível coletivo, onde “[...] a opinião pública é o sentimento do povo.”. Para a autora, o sentido de público é de um grupo social que testemunha algo ou algum acontecimento.

Em um apanhado histórico, o termo “opinião pública” é ligado à atividade política. Na Grécia antiga, foram dadas muitas contribuições para o conceito de opinião pública. O desenvolvimento político da pólis grega fomentava o debate dos assuntos de interesse dos cidadãos, propiciando o nascimento do que se tornaria a opinião pública. Mais adiante, na Idade Média, o conceito de opinião pública foi ampliado para a ideia de que se todos concordassem com alguma coisa, isso seria o correto. A autora segue discorrendo sobre o período da Idade Moderna, sendo que os ritos realizados por príncipes e rei demonstravam o domínio, e prestavam atenção à opinião pública (AUGRAS, 1970).

A ideia de opinião pública desenvolveu-se muito nos séculos seguintes, principalmente

com o surgimento da escola e com o refinamento do conhecimento e desenvolvimento cultural, passando a ser vista como objeto de análise. O Renascimento trouxe consigo novas concepções da opinião crítica, que deixa de ser apenas sustentada por doutrinas e transforma-se em asserção, interessando então a quem buscava o poder, pois “A opinião pública é, declaradamente, uma alavanca na mão do demagogo. Daí em diante, aparecerá sob um duplo aspecto: expressão genuína da vontade do povo e meio de manipulação desse povo.” (Augras, 1970, p.14).

O período iluminista na Inglaterra e na França abriu as portas para o aprofundamento do pensamento crítico e para os debates políticos, transformando a comunicação e conferindo uma abertura de novos públicos (AUGRAS, 1970). Fica evidente, assim, que o desenvolvimento da comunicação amplia a força da opinião pública.

Ao referenciar Berger (1957), Augras (1970, p. 16, grifo da autora) evidencia a opinião pública pelos seguintes pontos: que esta é *consciente* e possui discernimento. Também, a opinião “[...] carrega em si uma *intenção de racionalidade*.”. E, por fim, a opinião é um *fenômeno social*, que “Existe apenas em relação a um grupo, é um dos modos de expressão desse grupo e difunde-se utilizando as redes de comunicação do grupo.”.

Para Lippmann (2008), a opinião pública deve ser o resultado final da ação de grupos que se interessem ou de pessoas relacionadas a estes grupos. A opinião entendida como pública, portanto, é a opinião feita pública, e não que advém do público. São públicas, portanto, as opiniões publicadas. Para o autor: “Que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões públicas.” (LIPPMANN, 2008, p. 40).

Para Porto (2004):

Se, por um lado, estas transformações garantem uma enorme expansão do Espaço Público, por outro (e paradoxalmente), verifica-se o enfraquecimento da sua força política autônoma: a Opinião Pública perde a capacidade de exprimir livre e genuinamente a sociedade civil e de se assumir como vinculativa da vontade geral. Espaço Público e Opinião Pública tornam-se essencialmente meios: dispositivos sociais destinados a uma utilização de tipo instrumental, com os quais os interesses particulares organizados (directa ou indirectamente) criam uma ilusão de vontade colectiva (pseudolegitimação), com o único fim de reforçar as suas próprias posições. (PORTO, 2004, p. 142).

Essa ilusão de vontade coletiva faz que a opinião pública seja legitimada conforme uma opinião naturalmente nascida do público, o que de fato não corresponde à realidade, como também foi afirmado anteriormente por Lippmann (2008). Desse modo, segundo Silveirinha (2004),

Assim, em princípio, a opinião pública discursivamente gerada, pretende influenciar os debates dentro dos públicos políticos e legais formais, legislaturas e tribunais, e exercer uma forma de controle dos actos e decisões dos legisladores. Nesses termos, o Estado será verificado, supervisionado, mantendo-se responsivo ao controle, não só pelo império da lei, mas também pela própria esfera pública. Ora, o público civil politicamente orientado, enraizado nos processos de comunicação da sociedade civil, tem esta concepção comunicativa das legislaturas e é uma mediação importante entre o cidadão colectivo e seus os 'funcionários' eleitos. Em resumo, é suposto que esta influência comunicativa mantenha as elites, tanto representativas, como responsivas. (SILVEIRINHA, 2004, p. 438).

Ao longo dos anos a opinião pública vem se relacionando com as instituições democráticas, com o advento da difusão da informação e com o desenvolvimento dos meios de comunicação. O conceito de opinião pública, como foi visto, é mutável e evolui com a expansão do conhecimento. Nesse sentido, a opinião pública se amplia de acordo com a inserção de novos cenários e a difusão dos meios de comunicação.

Deste modo, compreendemos como ao longo do tempo, que os meios de comunicação influem na construção da opinião pública, na qual é inegável que na sociedade que estamos inseridos, os veículos de comunicação detêm grande influência e poder, destacando aspectos e conferindo ênfase a determinados elementos políticos a fim de manipular a formação da opinião pública, interferindo diretamente na condução do processo comunicacional..

3 AS MANIFESTAÇÕES DE 2015: O CONTEXTO E O JORNAL ZERO HORA

As manifestações ocorridas em março de 2015 tiveram grande impacto e visibilidade no contexto nacional. Entender como elas foram construídas é mais do que saber quem as convocou, mas também perceber o que está na origem da questão, as reais motivações.

A efervescência política decorrente das eleições de 2014 continuou se fazendo presente em 2015 no Brasil. Levados ao segundo turno do pleito, Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB) disputaram uma eleição que obteve um quociente eleitoral estreito: Dilma eleita com 51,64% (54.501.118 votos) contra 48,36% (51.041.155 votos) do candidato Aécio.

Além das eleições, o Brasil já estava estremecido devido às inúmeras denúncias da Operação Lava-Jato. Realizada pela Polícia Federal, a denominada Operação Lava-Jato ganhou grande visibilidade nos meios de comunicação, causando um profundo abalo na esfera política. A população brasileira se via desestimulada a participar de um processo eleitoral, e via no sistema político a idealização do imenso esquema de corrupção instaurado. Desse modo, mobilizados pela opinião pública a população que já estava dividida desde as eleições presidenciais se encontrava mergulhada em um constante e inflamado debate contra ou a favor da continuidade do Governo Dilma.

Este é o contexto no qual estão inseridos os protestos ocorridos nos dias 13 e 15 de março de 2015 e que foram veiculados – entre diversos outros meios – nas capas da ZH, aqui estudadas. Esses protestos ganharam visibilidade em diferentes capitais brasileiras e contavam com milhões de pessoas, caracterizando-se por conter demandas distintas. Uma mesma causa levou a população para as ruas – e também para as discussões, sejam elas acadêmicas, conversas de bar ou ponderações nos veículos de comunicação – com questões que iam além da reivindicação da população pela proteção da Petrobras e enveredava também para a defesa ao *impeachment*. Essas manifestações tinham caráter homogêneo e tinham a mesma causa – o Governo Dilma –, mas dispunham de objetivos diferentes. De um lado havia manifestantes que saíram às ruas a favor do Governo, e de outro lado havia manifestantes que buscavam o *impeachment* da Presidenta.

Ainda que no contexto estudado também houvesse manifestações favoráveis ao governo, a mídia ressaltava os principais aspectos negativos e contra o Governo Dilma, buscando pela saída da então Presidenta Dilma Rousseff, que já tinha seu mandato abalado pela falta de uma

base sólida de apoio no Congresso. Uma das principais pautas da mídia e dos protestos permanecia sendo o movimento “Fora PT” e “Anti-Dilma”.

As manifestações ocorridas no dia 13 de março de 2015, chamadas de "Ato Nacional em defesa da Petrobras, dos Direitos e da Reforma Política", defendiam a legitimidade do Governo Dilma, ainda que fossem contrárias à política econômica estabelecida pela Presidenta. Os atos foram também chamados de “Dia Nacional de Lutas”. Além dessas pautas, os movimentos de pessoas identificadas como sendo de esquerda também se manifestaram contra o que chamaram de golpe, pedindo a reforma política. Os participantes foram convocados por movimentos sociais e sindicais, como a CUT (Central Única dos Trabalhadores), a CTB (Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil) e o MST (Movimento dos Trabalhadores Sem Terra), além de movimentos estudantis como a UNE (União Nacional dos Estudantes) e partidos políticos como o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido Comunista do Brasil (PCdoB).

A manifestação ocorrida no dia 15 de março de 2015 contava com uma grande estrutura financeira¹¹ – custeada em grande parte por entidades empresariais, como a FIESP (Federação da Indústria do Estado de São Paulo), e grupos políticos identificados com postura e políticas de direita, como o MBL (Movimento Brasil Livre) – para sua realização, como trios elétricos, venda de camisetas temáticas, distribuição de acessórios, panfletos, “vuvuzelas”, apitos e participação de personalidades políticas. Dentre as características do movimento realizado em 15 de março de 2015 constava a exigência de uma postura apartidária por parte dos seus integrantes, a fim de salientar que a busca pelo *impeachment* ou renúncia de Dilma não estava ligada a grupos políticos, ainda que existissem entre os participantes simpatizantes de partidos de oposição ao Governo Dilma. Essa manifestação ainda pautava causas ligadas a traços ultraconservadores relacionados aos períodos ditatoriais, de cunho racista, misógino e elitista¹².

3.1 MANIFESTAÇÕES DE 13 DE MARÇO DE 2015: A FAVOR DO GOVERNO

Batizado por apoiadores de “Ato Nacional em defesa da Petrobras, dos Direitos e da Reforma Política”, essa manifestação ocorreu no dia 13 de março de 2015 em 21 estados e no

¹¹ Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/os-protestos-de-15-de-marco-pelo-brasil>>. Acesso em: 14 maio 2017.

¹² Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,manifestacoes-contra-dilma-levam-multidao-as-ruas-do-pais,1651418>>. Acesso em: 14 maio 2017.

Distrito Federal. Foi uma resposta antecipada à manifestação que iria ocorrer dois dias após, no domingo, dia 15 de março de 2015.

Essa manifestação foi convocada pela CUT (Central Única dos Trabalhadores), UNE (União Nacional dos Estudantes) e MST (Movimento dos Trabalhadores Sem Terra), e inicialmente convocava os brasileiros para defender a Petrobras e criticar o ajuste fiscal anunciado por Dilma nos primeiros meses do seu segundo mandato, pois afetava pontos nevrálgicos da economia e previdência social. Passaram a integrar a manifestação movimentos ligados à esquerda, que defendiam a democracia e se posicionavam sobre um suposto golpe, e também pessoas favoráveis à reforma política¹³.

3.2 MANIFESTAÇÕES DE 15 DE MARÇO DE 2015: CONTRA O GOVERNO

O protesto contrário ao governo Dilma foi amplamente noticiado pela mídia, em especial pelo jornal ZH, e teve um dia especial de cobertura em vários canais de televisão aberta e TV por assinatura. Milhares de manifestantes, que pediam a renúncia e o *impeachment* da Presidenta Dilma, protestaram no dia 15 de março de 2015 em 23 estados e no Distrito Federal. O protesto ocorrido no domingo continha como demanda principal a retirada da Presidenta Dilma Rousseff e do Partido dos Trabalhadores (PT) do poder. O protesto foi notícia na mídia nacional (conforme figura 1) e internacional, segundo a Agência Brasil¹⁴. O jornal britânico *The Guardian* chamou os protestos de “demonstrações de direita” contra a “economia moribunda” e o escândalo da Petrobras.

¹³ Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/parlatorio/acompanhe-os-protestos-de-13-de-marco-em-todo-o-brasil-401.html>>. Acesso em: 25 maio 2017.

¹⁴ Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2015-03/protestos-ocorrem-em-todas-regioes-do-pais>>. Acesso em: 14 maio 2017.

Figura 1 – *Printscreen* de exemplo de cobertura das manifestações de 15 de março



Fonte: Revista Carta Capital¹⁵

Segundo a mesma matéria, do site da revista Carta Capital, o *Financial Times*¹⁶ afirma que as manifestações se somam “a um clima de instabilidade política que tem empurrado a moeda brasileira para baixo e tornado ainda mais difícil a introdução das medidas de austeridade necessárias para corrigir a deteriorada situação fiscal do Brasil”.

3.3 JORNAL ZERO HORA

Entender a organização do jornal Zero Hora e o seu histórico é fundamental para o desenvolvimento do trabalho. O Grupo RBS é um conglomerado de mídia brasileiro de propriedade da família Sirotsky, fundado em 31 de agosto de 1957. Nele são gerados conteúdos jornalísticos e de entretenimento através de emissoras de rádio e de televisão, jornais e portais de internet.

O Grupo RBS possui como suas subsidiárias 12 emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo, 15 emissoras de rádio e três jornais. Esse conglomerado midiático também expandiu seus negócios para a área de tecnologia, por meio da qual atua nas áreas de mídia digital e tecnologia,

¹⁵ Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/os-protestos-de-15-de-marco-pelo-brasil>>. Acesso em: 14 maio 2017.

¹⁶ Jornal inglês especializado em finanças e notícias econômicas.

mobile e e-commerce segmentado. Mantém em operação a Engage Eventos, a RBS Publicações (editora), uma gráfica, a Vialog (empresa de logística), a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho (fundação empresarial), a Appus (tecnologia de big data com foco em produtos de RH) e a HypermindR (análise do comportamento do consumidor).

Uma das principais marcas do Grupo RBS é o jornal Zero Hora, o mais lido da região Sul do país. O jornal Zero Hora foi fundado em 4 de maio de 1964 pelo jornalista Ary de Carvalho, e localizava-se na Rua Sete de Setembro. Em 1968 foi inaugurada a sede na Avenida Ipiranga, no bairro Azenha¹⁷. Em 1970 o controle de Zero Hora passou ao Grupo RBS. Na mesma década, o jornal passou a circular em todos os municípios do Rio Grande do Sul. No início dos anos 1980, o jornal tornou-se o quinto mais lido do país, com mais de três milhões de exemplares vendidos ao longo do mês. Em 1988 ZH deixou de ter produção artesanal e passou a ser padronizada. Modernizando-se, passou, na década de 1990, a ter o primeiro *site* do Grupo RBS na internet. Em 1996 a edição e a produção passam a ser totalmente digital. Atualmente o jornal conta com a tiragem de em média 201178 exemplares, além da edição digital.

É importante ressaltar que o Grupo RBS afirma em seu “Código de Ética e Conduta”, disponibilizado em seu site oficial, ser totalmente imparcial na veiculação de todas e quaisquer matérias divulgadas, e assegura manter uma política de isenção a candidatos e partidos políticos¹⁸.

¹⁷ Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/atuacao/zero-hora/>>. Acesso em: 10 maio 2017.

¹⁸ Disponível em: <http://www.gruporbs.com.br/wp-content/uploads/2015/10/Codigo_Etica_CondutaGrupoRBS.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2017.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização da presente pesquisa foi analisado os conteúdos presentes nas capas do jornal Zero Hora, veiculados nas versões impressas entre os dias 12 e 16 de março do ano de 2015, sobre os protestos que ocorriam em todo país. O período compreende o dia anterior ao protesto mobilizado pelas centrais sindicais e estudantes (12 de março de 2015) e estende-se até um dia depois do protesto organizado pelas redes sociais (16 de março de 2016), a fim de dar maior amplitude ao estudo, abrangendo, assim, desde o preparo para a primeira mobilização até a repercussão da segunda. Totalizando cinco capas da ZH, é importante ressaltar que estes dados compreendem uma amostra referente ao jornal de maior circulação no Rio Grande do Sul e, portanto, a análise se torna relevante em relação à contribuição do mesmo para a construção da imagem pública dos protestos em um público tão significativo numericamente. As manifestações ocorridas nos dias 13 e 15 de março estão interligadas, por isso a preparação para a análise e a análise em si trabalham esses dois eventos em conjunto.

O primeiro acontecimento é pertinente às datas 12 e 13 de março, e o segundo acontecimento às datas 14, 15 e 16 de março. É importante ressaltar que, ainda que a capa do dia 14 de março da ZH pertença ao segundo acontecimento, ela apresenta um cruzamento entre as duas situações, portanto representa uma fusão no estudo.

O estudo abarca a ideia da complexidade e importância que possui a capa de um jornal, sendo essencial para a construção do pensamento do leitor, por ser o primeiro contato dele com a notícia. É partir da capa que nascerá o interesse em saber mais sobre o assunto.

Para que seja possível analisar as capas do jornal Zero Hora referentes às datas previamente estabelecidas no estudo, a metodologia que melhor se adequou foi a análise de conteúdo.

4.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO

A análise de conteúdo será realizada à luz de Laurence Bardin (2010, p. 9), que descreve essa metodologia de pesquisa como “[...] um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos.”.

Nesse sentido, pode-se afirmar que:

A análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. (MORAES, 1999, p. 2).

Segundo Bardin (2010), são apresentados três eixos distintos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; e 3) o tratamento dos resultados, inferência ou interpretação. Na pré-análise é levado em consideração a escolha do *corpus* de análise, possíveis hipóteses e objetivos, e a elaboração de critérios que justifiquem o produto final da pesquisa:

A pré-análise é a fase de organização propriamente dita. Corresponde a um período de instituições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise (BARDIN, 2010, p. 12).

No trabalho serão realizados apontamentos, sendo um recorte do *corpus* de pesquisa, que são considerados hipóteses e objetivos. Bardin diz que “Uma hipótese é uma afirmação provisória que nos propomos verificar (confirmar ou infirmar), recorrendo aos procedimentos de análise. Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros.” (2010, p. 124).

O presente estudo tem como premissa entender a abordagem do jornal Zero Hora quanto aos protestos ocorridos em março de 2015 sobre o Governo de Dilma Rousseff. Portanto, é também na fase de pré-análise que ocorre o apontamento dos indicadores para a pesquisa. Para Bardin, para que sigamos na pré-análise e possamos ir para a fase que examina o *corpus*, se faz necessário desmembrar e padronizar o objeto. Seguindo a fase de análise, o estudo deve codificar e desmembrar elementos, a fim de averiguar a possibilidade de indícios que respondam aos problemas da pesquisa.

Para o estudo dos protestos nas capas de Zero Hora importa a pesquisa de como cada capa veiculada abordou os acontecimentos e qual foi o posicionamento, a produção de sentidos e a relação das matérias quanto ao interesse público. Desta forma, o conteúdo das capas foi fragmentado em quadros que englobam enquadramento e conteúdo, para, após esses procedimentos, serem atendidas as categorias de análise.

As categorias foram instituídas com base no aporte teórico do trabalho e servem de orientação à análise das capas. Especificamente, as categorias estão relacionadas a 3 aspectos: (a)

o *interesse público como objeto do jornalismo*; (b) o *posicionamento do jornal* sobre as manifestações expresso na capa; e (c) a *produção de sentidos* sobre a compreensão do acontecimento pelos leitores.

4.1.1 *Corpus da pesquisa e desenvolvimento*

O *corpus* de pesquisa foi constituído de cinco capas do jornal Zero Hora, das seguintes edições:

1. Capa do dia 12 de março de 2015 (quinta-feira);
2. Capa do dia 13 de março de 2015 (sexta-feira);
3. Capa do dia 14 de março de 2015 (sábado);
4. Capa do dia 15 de março de 2015 (domingo);
5. Capa do dia 16 de março de 2015 (segunda-feira).

O *corpus* foi escolhido por apresentar representatividade e por permear o acontecimento: antes, durante e após as ocorrências das manifestações. A classificação do conteúdo identificado nas capas será realizada de modo a privilegiar os aspectos visuais da capa, bem como as cores, formas gráficas, fontes, fotografias e textos. Estes elementos indicam o enquadramento conferido a cada uma das manifestações. A análise deste enquadramento permite analisar o posicionamento do jornal ZH a partir das categorias *posicionamento*, *interesse público* e *produção de sentidos*.

A categorização do trabalho deverá ser previamente determinada de acordo com uma amostra de resultados quantitativos que darão mais precisão ao estudo, porém empregada nas ciências sociais, de forma que a compreensão se dará através de uma análise qualitativa.

A classificação das capas de Zero Hora será orientada pelos seguintes elementos textuais e visuais:

- Manchete Principal;
- Linha de apoio;
- Manchete secundária;
- Imagem principal;
- Imagem secundária.

Nessa direção, foram feitos quadros de classificação do conteúdo a fim de decompor e decodificar os assuntos descritos nas capas, de forma a objetivar a pesquisa e permitir uma

melhor adequação de visualização. As capas selecionadas foram analisadas por meio de quadros de classificação e descrição do conteúdo – nos quais serão considerados os elementos visuais e discursivos – em um total de 5 quadros, e posteriormente foi realizada a análise do conteúdo, possibilitando a apreciação de cruzamento de informações.

Para a melhor realização do estudo, as manifestações devem ser vistas como acontecimentos, bem como visto no segundo capítulo. Sendo assim, o primeiro acontecimento corresponde às capas do jornal Zero Hora dos dias 12 e 13 de março de 2015 e o segundo acontecimento corresponde às capas das edições de Zero Hora dos dias 14, 15 e 16 de março de 2015, sendo que a edição do dia 14 de março apresenta um cruzamento entre os dois acontecimentos.

Quadro 1 – *Corpus* de Pesquisa: Manifestações Governo Dilma Rousseff e Zero Hora

ACONTECIMENTO	DATA	EDIÇÕES
1. Manifestações <u>favoráveis</u> ao governo Dilma Rousseff	13/03/2015	(1) 12/03/2017 (2) 13/03/2017
2. Manifestações <u>desfavoráveis</u> ao governo Dilma Rousseff	15/03/2015	(3) 14/03/2017 (4) 15/03/2017 (5) 16/03/2017

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Esta análise pretende combinar a classificação quantitativa dos elementos da capa com a análise qualitativa sobre o enquadramento.

5 AS MANIFESTAÇÕES SOBRE O GOVERNO DILMA NA CAPA DE ZERO HORA

As manifestações marcaram o período em que aconteceram e seus acontecimentos refletiram o futuro do país, sendo que o jornal Zero foi parte importante ao noticiar este processo. Neste estudo, o *corpus* de pesquisa foi aplicado de modo a analisar os dois acontecimentos e quais as suas perspectivas acerca dos elementos dos quais são compostos.

5.1 ACONTECIMENTO 1 – MANIFESTAÇÕES FAVORÁVEIS AO GOVERNO DILMA ROUSSEFF

As capas das edições dos dias 12 e 13 de março de 2015 referenciam-se ao mesmo acontecimento: a manifestação com pautas favoráveis ao Governo Dilma Rousseff.

5.1.1 Capa da Zero Hora, 12 de março de 2015

A edição do dia 12 de março de 2015 antecedeu o dia em que ocorreram as manifestações favoráveis ao Governo Dilma, dentre outra pautas, conforme figura 2. O quadro 2 elenca os principais elementos da capa.

Figura 2 – Capa da Zero Hora do dia 12 de março de 2015



Fonte: Zero Hora

Quadro 2 – Manifestações pró-governo Dilma na capa de ZH em 12 de março de 2015

ENQUADRAMENTO	CONTEÚDOS
Manchete principal	Safra recorde deverá render 23 bi no RS
Linha de apoio	Projeção para a colheita de grãos é de 28,9 milhões de toneladas. Ainda que o bom desempenho do campo não consiga impulsionar o PIB, deve ajudar a evitar queda expressiva.
Manchetes secundárias	<ol style="list-style-type: none"> 1) Justiça proíbe parcelar salários; 2) Novo esquema, 3 gols; 3) Para dar confiança; 4) Braskem teria pago propina a delator; 5) Guia da Pós; 6) Voando alto.
Imagem principal	Três jogadores do time Internacional abraçados e acenando / Jogador do Grêmio correndo com o dedo apontando para a torcida.
Imagem secundária	Bicicleta com asas (propulsor) de um estudante de mochila.

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

O título principal da Zero Hora do dia 12 de março de 2015, quinta-feira, destaca: “Safra recorde deverá render 23 bi no RS”, trazendo na linha de apoio dados e projeções sobre a colheita. A edição não traz na capa nenhuma referência, chamada ou elementos visuais referentes ao protesto marcado para o dia seguinte. As imagens são de jogadores dos times de futebol Internacional e Grêmio.

A ausência de elementos que mencionem a manifestação vindoura junta-se ao fato de que posteriormente a edição do dia 14 de março faz referências sobre o dia 15 de março, de forma que a preparação para o segundo acontecimento recebeu manchetes de maior ênfase, ficando notável que a edição do dia 12 de março teve uma intencionalidade em ignorar os protestos que ocorreriam no dia seguinte, não gerando a mesma expectativa ocorrida nas outras edições. De

modo geral, as notícias podem ser consideradas, inclusive, positivas, por conterem indicadores econômicos favoráveis e manchetes com ênfase em assuntos mais descontraídos, como no caso da dupla GreNal.

5.1.2 Capa da Zero Hora, 13 de março de 2015

Na presente edição o jornal ZH traz em sua capa uma antecipação do que seria a manifestação que ocorreria durante o dia 13 de março de 2015, conforme figura 3: ruas paradas, trânsito caótico e poucas pessoas nas ruas.

Figura 3 – Capa da Zero Hora do dia 13 de março de 2015



Fonte: Zero Hora.

Quadro 3 – Manifestações pró-governo Dilma na capa de ZH em 13 de março de 2015

ENQUADRAMENTO	CONTEÚDOS
Manchete principal	Dois governadores na lista da Lava-Jato
Linha de apoio	STF autorizou a investigação do atual governador do Rio, Pezão (PMDB), do seu antecessor, Sérgio Cabral, e de Tião Viana (PT), do Acre. Agora são 55 os políticos sob suspeita.
Manchete secundária	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dia de Protestos (linha de apoio: Com reivindicações variadas, entre as quais a defesa da Petrobras e a oposição ao impeachment, manifestantes _ como militantes do MST, na foto _ ocuparam ruas da capital); 2) Recursos anticrise se esgotaram, diz Dilma; 3) Além da inflação. Aumento do FIES pode ficar acima de 6,4%; 4) Nome social poderá ser usado na escola; 5) Bolo de vó que você mesmo pode fazer; 6) Depoimento à CPI; 7) Relator de Youssef.
Imagem principal	Protesto realizado por um pequeno grupo que ocupa uma rua, com bandeiras vermelhas, dispostos em três fileiras. Na esquerda, algumas lotações e carros parados.
Imagem secundária	Um bolo dividido

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Conforme o quadro 3 elenca, a capa do jornal ZH do dia 13 de março de 2015, dia do chamado “Ato Nacional em defesa da Petrobras, dos Direitos e da Reforma Política”, traz como manchete central: “Dois governadores”. Porém, a imagem central, de três fileiras de protestantes vestidos em cores vermelhas, vem acompanhada da chamada: “Dia de protestos”. A maior parte

das manchetes secundárias traz também notícias desfavoráveis ao Governo Dilma e fortalece a já trabalhada ideia de crise política e econômica instaurada no país.

A imagem dos protestantes – onde aparecem elementos vermelhos, com letras maiúsculas brancas no canto à direita da página (que sobrepõem um fundo vermelho claro, quase transparente) – mostra uma avenida pouco ocupada – com apenas três filas de manifestantes, identificados pelo jornal de militantes do MST –, quase vazia, e na lateral está o trânsito parado, o que confere a ideia de um movimento inoportuno e que está causando transtornos. Chama a atenção o fato de o jornal usar uma imagem de protesto em uma edição confeccionada e entregue na madrugada com uma foto que visualmente parece ser de um dia claro. Saliento que as manchetes falam de forma superficial sobre os temas, e com a construção visual da capa se relacionam assuntos como defesa da Petrobras, Dilma, MST e Operação Lava-Jato, o que diminui a importância da manifestação. Isso se alia ao fato da principal imagem da capa remeter a uma situação de transtorno, o que pode impedir o surgimento da noção de relevância do ato.

5.1.3 O enquadramento das manifestações favoráveis ao Governo

A partir da análise das capas vistas até agora é possível apreender que o jornal tinha como objetivo, ao veicular uma imagem como a descrita no quadro 2, conferir a ideia de que o movimento não era massivo, além de passar a impressão de um protesto partidário, visto as referências aos movimentos sociais e estudantis. Entende-se, através dos quadros, que o acontecimento estudado defende um Governo que na capa é retratado como problemático, devido a denúncias de corrupção e à crise econômica, pois a configuração da manifestação apresentada na capa se apresenta como partidária e parcial, não refletindo como representante da vontade do povo brasileiro. A edição do dia 12 de março de 2015 não fez nenhuma menção à manifestação que ocorreria no dia seguinte.

Na edição do dia 13 de março, dia da manifestação, a manchete principal abordou o protesto com a chamada “Dois governadores na lista da lava-jato”, e apenas nas manchetes secundárias a capa foi trazer informações sobre o que aconteceria em relação à manifestação. A imagem referente ao protesto foi colocada em ênfase, com poucos manifestantes ocupando uma avenida. Algumas das manchetes secundárias refletiam uma imagem negativa em relação ao Governo, com diversas chamadas ligadas a escândalos de corrupção e crise econômica.

5.2 ACONTECIMENTO 2 – MANIFESTAÇÕES DESFAVORÁVEIS AO GOVERNO DILMA ROUSSEFF

O segundo acontecimento estudado ocorreu sequencialmente, tratando-se da manifestação ocorrida no domingo, dia 15 de março de 2015. A construção de sua cobertura pela Zero Hora, no entanto, está referenciada nas edições dos dias 14, 15 e 16 de março, embora a edição do sábado, dia 14 de março, contenha particularidades que envolvem os dois eventos, por ser um dia intermediário entre os dois acontecimentos.

5.2.1 Capa da Zero Hora, 14 de março de 2015

A capa de ZH da edição referente ao dia 14 de março de 2015 faz a cobertura dos protestos realizados no dia anterior e também antecede a manifestação contra o Governo Dilma, conforme figura 4.

Figura 4 – Capa de Zero Hora no dia 14 de março de 2015



Fonte: Zero Hora

Quadro 4 – Manifestações contra o governo Dilma na capa de ZH em 14 de março de 2015

ENQUADRAMENTO	CONTEÚDO
Manchete principal	Em dia de manifestações no país, dólar fecha a R\$3,25
Linha de apoio	Com a maior alta em quase 12 anos, moeda americana chegou a R\$3,28 como reflexo de especulações em que envolvem o cenário político e da valorização no mercado internacional
Manchete secundária	<ol style="list-style-type: none"> 1) Atos pró-Dilma organizados por sindicalistas ocorreram em 24 estados e no Distrito Federal; 2) Articulado nas redes sociais, protesto de amanhã pedirá impeachment da presidente; 3) Perícia confirma que PM atirou em torcedor; 4) Chance para ver Rodriguez na Arena; 5) 2º caderno: Para lembrar a eterna Elis. 6) Negócios de R\$2,18 bi, mas com queda de 32%.
Imagem principal	Manifestação em que predominam elementos em vermelho, bandeiras com o nome de Dilma e movimentos sociais, além de balões com as siglas da CUT e CTB, em um espaço ocupado pelos populares.
Imagem secundária	Cantora Elis Regina em foto de perfil, com a mão apoiada no queixo.

Fonte: Elaborado pela autora.

O jornal, conforme elencado pelo quadro 4, traz como manchete principal a alta do dólar americano em relação às manifestações que ocorreram no país no dia 13 de maio de 2015. Além disso, é ressaltado nas linhas de apoio que o protesto foi organizado por sindicalistas, enquanto que, por outro lado, a manifestação do dia seguinte está sendo organizada pelas redes sociais, o

que tende a conferir uma característica mais democrática, legítima e heterogênea.

Ressalta-se que o jornal utiliza diferentes nomenclaturas para classificar e identificar os manifestantes, como o uso da palavra “sindicalistas” ao se referir aos participantes do primeiro protesto, o que presume que a manifestação pertence a um grupo específico da sociedade, que pretende defender interesses de conceitos de classe (pensando também que os movimentos sociais pertencem a grupos que tiveram uma imagem pública afetada negativamente pela mídia ao longo dos anos). Por outro lado, a segunda legenda trata os manifestantes do dia seguinte como participantes de um movimento em que há representatividade, pois ela não pertenceria a um líder ou grupo político.

A imagem principal, ainda que não pertença à manchete central, apresenta a manifestação das centrais sindicais com predominância da cor vermelha em camisetas, bandeiras e balões, e ficam legíveis as siglas da CUT e CTB, bem como bandeiras do MST e com o nome de Dilma.

Bem como destacado teoricamente no trabalho, pela visão de Baldissera (2004) formamos uma imagem a partir dos subsídios que são dados para que esta seja formada, e isso ocorre a partir dos elementos que propiciam o processamento para a formação da imagem, sendo que na situação estudada isso se verifica com a contribuição de dados oferecidos na capa do jornal. Assim, essa capa trabalha com a perspectiva de uma imagem pública anterior que os sindicatos e movimentos sociais possuem aos olhos da sociedade – movimentos sociais têm, na grande mídia, sua imagem ligada a atos de vandalismo, quebra do cotidiano, transtornos no trânsito e interesses classistas –, somando essa percepção à ideia lançada pelo jornal de que eles atrapalham o desenvolvimento do país, o que é reforçado pelo título apresentado nessa edição da ZH: “Em dia de manifestações no país, dólar fecha a R\$ 3,25”. A união das notícias sobre a manifestação do dia anterior com notícias de aumento do dólar reforça a ideia comentada anteriormente, visto que esse tipo de notícia popularmente sinaliza problemas econômicos.

5.2.2 Capa da Zero Hora, 15 de março de 2015

A capa da edição da Zero Hora do dia da manifestação contra o Governo Dilma é vista na figura 5.

Figura 5 – Capa da Zero Hora do dia 15 de março de 2015.



Fonte: Zero Hora.

Quadro 5 – Manifestações contra o governo Dilma na capa de ZH em 15 de março de 2015

ENQUADRAMENTO	CONTEÚDO
Manchete principal	Desgaste de Dilma turбина os protestos
Linha de apoio	<ol style="list-style-type: none"> 1) Superposição de crises, na política e na economia, e dificuldade de comunicação contribuíram para a erosão na popularidade da presidente e para inflar protestos marcados para este domingo em todo o país; 2) Para analistas, volta por cima passaria por recompor a base política e pela construção de uma agenda positiva, duas alternativas de difícil execução diante da conjuntura adversa no início deste segundo mandato.
Manchete secundária	<ol style="list-style-type: none"> 1) O Brasil que investe 2) Acelerem, Felipes! 3) 30 anos de uma nova república; 4) Recomeço para o Governo Dilma; 5) TVSHOW: Rainhas da Babilônia.
Imagem principal	Foto do empresário Claudio Guenther, da Stihl, vestido com camisa, calça social e gravata, e com a mão sobre o maquinário.
Imagem secundária	<ol style="list-style-type: none"> 1) Em relação ao caderno TVSHOW, a imagem das atrizes Adriana Esteves, Camila Pitanga e Glória Pires; 2) Carro de formula 1 no canto superior, à direita;

Fonte: Elaborado pela autora(2017).

A capa do jornal Zero Hora de domingo, dia 15 de março de 2015, como evidencia o quadro acima, traz a manchete “Desgaste de Dilma turбина protestos”, tendo como destaque a cor azul em vários elementos. Dentre as manchetes secundárias destaca-se a chamada “O Brasil que investe!”, com a imagem em grande escala do empresário Claudio Guenther, da Stihl, apoiado em

um maquinário. Ressalta-se que, de acordo com a linha de apoio, o jornal destaca o cenário desfavorável no plano econômico e político, onde afirma que “Superposição de crises, na política e na economia, e dificuldade de comunicação contribuíram para a erosão na popularidade da presidente e para inflar protestos marcados para este domingo em todo o país” e “Para analistas, volta por cima passaria por recompor a base política e pela construção de uma agenda positiva, duas alternativas de difícil execução diante da conjuntura adversa no início deste segundo mandato”. Essas formas de expressão se dão em função da crise política vivida no Governo Dilma, prosseguindo com: “Opinião de especialistas que sugerem manobras para livrar Dilma do impeachment”.

A capa, da forma como foi construída, sugere que a crise política era tão profunda que era “superposta”, e que Dilma vivia uma “erosão” em sua popularidade, o que potencializava os protestos, gerando uma expectativa de sua dimensão. Junto à chamada, e em contraponto à ideia de um governo desgastado, está a imagem de um empresário bem vestido entre o maquinário de sua empresa, com a legenda: “Na contramão do pessimismo e da retração, alguns empresários e executivos (na foto, Claudio Guenther, da Stihl) desafiam a crise mantendo projetos e planejando novas empreitadas”. É importante salientar que empresários, executivos, instituições privadas e grandes empresas declararam apoio aos movimentos *pró-impeachment* da Presidenta Dilma¹⁹, como FIESP, FIERGS, associações comerciais e do empresariado, que declararam apoio aos protestos contra o Governo.

5.2.3 Capa da Zero Hora, 16 de março de 2015

A edição de ZH veiculada no dia 16 de março traz na capa a cobertura completa dos protestos ocorridos no domingo, dia 15 de março, conforme figura 6. O quadro 6 elenca os principais elementos presentes na capa.

¹⁹ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/fiesp-declara-apoio-as-manifestacoes-contra-governo-federal-18821957>>. Acesso em: 09 jun. 2017.

Figura 6 – Capa da Zero Hora do dia 16 de março de 2015



Fonte: Zero Hora.

Quadro 6 – Manifestações contra o governo Dilma na capa de ZH em 16 de março de 2015

ENQUADRAMENTO	CONTEÚDO
Manchete principal	Nas ruas, contra o Governo Dilma
Manchete secundária	<ol style="list-style-type: none"> 1) PT não pode mais ficar se enganando; 2) Repetir promessas de 2013 não é suficiente; 3) Insatisfação também está vindo do bolso; 4) Ministério Público deve denunciar hoje núcleo petista na Operação Lava-Jato.
Imagem principal	Estampada uma imagem aérea do protesto na Avenida Paulista, em São Paulo; a imagem proporciona a dimensão da manifestação realizada no domingo.
Imagem secundária	Uma segunda foto da manifestação, dessa vez em Porto Alegre, no canto inferior esquerdo; Um ônibus acidentado.

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

“Nas ruas, contra o Governo Dilma” é a manchete de capa da Zero Hora de segunda-feira, dia 16 de março de 2015, que conta com uma grande imagem aérea dos protestos na Avenida Paulista, em São Paulo, e expõe a proporção da manifestação em que os populares tomam a rua inteira, em uma grande aglomeração. O título tem as palavras “nas ruas” e “Governo Dilma” em negrito, na cor preta sobre um fundo amarelo, salientando ainda mais o texto. Na legenda o jornal afirma: “Um milhão de pessoas na Avenida Paulista (foto) segundo a PM, e centenas de milhares em 150 cidades do país aderiram aos protestos de domingo”. As cores predominantes na multidão de manifestantes são o verde e o amarelo, bem como na imagem secundária, em que é mostrada uma imagem do protesto no Rio Grande do Sul, na cidade de Porto Alegre.

As manchetes secundárias apoiam o título central, com chamadas de descontentamento. Juntas, essas chamadas compõem um grupo de pautas que incidem negativamente sobre o Partido dos Trabalhadores e sobre a Presidenta Dilma Rousseff. O jornal oferece ao leitor a ideia de que a

população majoritariamente concorda com o protesto pró-*impeachment*. O jornal cria a imagem de que o Governo de Dilma é insustentável e não acredita na capacidade da então presidenta em dar continuidade ao seu mandato.

A composição da capa constrói elementos de imagem pública, mostrando a homogeneidade dos protestos contra Dilma e demonstrando o quanto o “povo” deseja a sua saída, além de evidenciar também que está se formando um cerco em torno do mandato.

5.2.4 O enquadramento das manifestações desfavoráveis ao governo

O segundo acontecimento é abordado de forma diferente pelas capas do jornal ZH. O jornal retrata, através de suas capas sobre essas manifestações, a homogeneidade de opiniões e uma heterogeneidade de pessoas envolvidas no segundo acontecimento, o que confere um sentido de unidade para o processo político. Os quadros reverberam a ideia de que as demandas são um clamor popular, que têm sua origem em um Governo que perdeu a sua capacidade de seguir o mandato. As causas dessa crise, segundo ZH – como visto nos quadros 5 e 6 –, são as superposição de crises, o desgaste do governo, a falta de apoio, as denúncias de corrupção, entre outros, que exprimem a legitimidade da revolta “que vem das ruas”.

A edição do dia 14 de março de 2015 é composta de um cruzamento entre o primeiro e o segundo acontecimento, mas integra o segundo por anteceder a manifestação contrária ao governo. Na capa, as imagens mostram uma manifestação favorável à Dilma, conferindo uma sugestão negativa ao primeiro acontecimento. A imagem principal exhibe os participantes do movimento, com predominância da cor vermelha, acompanhados de bandeiras de movimentos sociais, o que dentro do imaginário político indica o pertencimento a uma ideologia de esquerda e ligação a partidos socialistas. Em relação ao manifesto dia seguinte, o jornal relativiza (“Articulados nas redes sociais, protesto de amanhã pedirá impeachment da presidente”), atribuindo um sentido mais amplo ao movimento e incutindo no imaginário do leitor a heterogeneidade do processo e de quem participará dos protestos, não deixando claro quem está por trás da organização do mesmo, como noticiado no primeiro acontecimento.

Na edição do dia 15 de março, data da manifestação desfavorável ao governo Dilma Rousseff, o jornal Zero Hora utiliza uma construção discursiva que suscita o leitor a compreender as motivações que impulsionam os manifestos, e afirma o tom de que as manifestações possuem

um fundamento legítimo, baseado em problemas econômicos e estruturais políticos.

No dia seguinte às manifestações, a edição de 16 de março de 2015 traz uma cobertura completa do dia anterior, com a capa repleta de manchetes e referências de colunistas sobre o manifesto popular. Sua manchete principal destaca “Nas ruas, contra o Governo Dilma”, com uma imagem aérea da manifestação na Avenida Paulista, em São Paulo (que obteve o maior número de participantes²⁰), que ocupa quase todo o layout da capa. O jornal expõe nas manchetes secundárias tendências que orientam a compreensão do texto por parte dos leitores, referindo-se ao “PT”, “promessas”, insatisfação”, “denunciar”, “petistas”, sinalizando fortemente uma conotação altamente pejorativa relacionada à Presidenta Dilma e ao Partido dos Trabalhadores. Sendo assim, segundo a opinião publicada no jornal, o PT e o Governo Dilma estão enganando a população, porém esses participantes estão tomando ciência, e através da manifestação querem dar um “basta” no sistema institucionalizado por esses atores e partidos políticos que estão no poder. Ademais, leva a uma condenação *a priori* da Presidenta Dilma Rousseff.

5.3 ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DE ZERO HORA

A partir da classificação dos quadros anteriores, em que as capas foram fragmentadas a fim de compreender como se deu a construção das mesmas (especificamente quanto as já estabelecidas categorias), e dos desdobramentos teóricos vistos, o material pode ser analisado e inferências em relação aos acontecimentos estudados foram feitas.

O jornal Zero Hora, sendo um dos mais vendidos jornais do Brasil, detém um grande poder de influência agregado em suas manchetes. Ao colocar uma edição nas bancas, suas manchetes terão um peso sobre a opinião pública, o que confere ao jornal a capacidade de comunicar para as massas. Esse potencial de atribuir visibilidade a um assunto dá ao jornal o poder de interferir na construção de uma imagem positiva ou negativa de determinado fato.

Para compreender os elementos classificados nos quadros foram previamente estabelecidas categorias que irão articular os componentes teóricos do trabalho. Essas categorias se referem à classificação do objeto de estudo (relacionado ao interesse público como objeto do jornalismo), ao posicionamento do jornal expresso na capa sobre as manifestações e à produção de sentidos sobre a compreensão do acontecimento por parte dos leitores.

²⁰ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/03/protesto-contr-governo-fecha-avenida-paulista-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

5.3.1 Interesse público como objeto do jornalismo

O estudo estabeleceu elementos e categorias previamente a fim de realizar uma análise que pudesse dar conta de compreender a abordagem das capas de Zero Hora nos dias 12, 13, 14, 15 e 16 de março em relação à cobertura dos protestos.

Compreende-se que a ideia de interesse público propõe que o jornalismo deve prezar por dar visibilidade a questões que estejam presentes no contexto social e que suscitem o debate entre os cidadãos. Desse modo, é de extrema importância que a Zero Hora assegure ao seu leitor o direito à informação de forma imparcial, e que o leitor tenha acesso a temas de cunho político, histórico e social sobre o que acontece na sociedade. No momento estudado o interesse público era claro: informar aos leitores que duas manifestações diferentes aconteceriam naquele intervalo de dias. Uma publicação como a Zero Hora deveria focar em informar, de forma imparcial, um dia antes de cada protesto que este aconteceria, reforçar o destaque no dia do acontecimento e um dia depois noticiar como ele ocorreu.

A fim de compreender a abordagem dada às manifestações nas capas de Zero Hora serão realizadas ligações com o que foi estabelecido anteriormente no segundo capítulo, em que foram articuladas teorias da comunicação referentes ao interesse público, abarcando Sartor (2016). Para aliar o que foi descrito nos capítulos teóricos foram levados em consideração elementos essenciais que constroem visualmente a capa, como cores, tipografia e notícias, que possibilitam a construção imagética no contexto discursivo, além de categorias que permitem uma análise adequada do estudo.

Entendendo que o jornalismo possui um papel social de difusão da notícia, essa noção compreende a ideia de que é fundamental atender a questões que sejam de interesse público. De fato, em ambos os acontecimentos a ZH apresentou capas que traziam manchetes que abordavam temas que seriam de interesse público. Porém, o jornal atendeu a essa premissa de forma controversa e desigual: no primeiro acontecimento, referente ao quadro 2, da edição datada de 12 de março de 2015, temas econômicos e esportes se sobrepõem na capa, sem nenhuma menção ao protesto do dia seguinte, mesmo antecedendo o dia em que seriam realizadas grandes manifestações em todo o país, as quais tinham pautas favoráveis à continuidade do Governo Dilma Rousseff; a capa do dia 14 de março de 2015 (quadro 4), por outro lado, ainda que aborde os protestos do dia anterior (a favor do governo), apresenta um subtítulo anunciando o

movimento do dia seguinte (contra o governo), mostrando uma postura diferente em relação a informar a população sobre esses acontecimentos vindouros.

Compreender que o jornal Zero Hora é um veículo de mídia que possui interesses próprios ao veicular uma notícia esclarece o modo pelo qual ele realizou os enquadramentos, nos quais algumas manchetes se sobrepõem a outras devido a um interesse implícito do jornal. Sartor (2016) traz a ideia de outros autores para a reflexão:

Outra questão pertinente são as fontes de notícia, com as quais os jornalistas estabelecem relações ao mesmo tempo confluentes e divergentes, à medida em que elas oferecem matéria-prima informativa aos profissionais e também apresentam interesses específicos e particulares na disseminação dessas informações, exercendo influência significativa nos processos de seleção, hierarquização e enquadramento dos fatos noticiados. (HALL et al., 1999; SANTOS, 1997; GOMIS, 2004; SARTOR, 2011 apud SARTOR, 2016, p. 36).

O ocultamento de informações é um elemento fundamental para compreender o que foi disposto pela ZH como propriedade de interesse público. A edição do dia 14 de março traz na capa uma mistura do protesto favorável e desfavorável ao Governo Dilma, e na legenda (quadro 4) traz informações referentes aos organizadores, das quais descreve: “Atos pró-Dilma organizados por sindicalistas ocorreram em 24 estados e no Distrito Federal” e “Articulados nas redes sociais, protesto de amanhã pedirá impeachment da presidente”. Logo, fica a cargo do leitor associar cada protesto a um tipo de imagem, já produzida pela opinião pública na mídia previamente. Ocultou-se, neste caso, os organizadores contrários ao Governo, pois não era do interesse do jornal que o leitor soubesse quem estava por trás das manifestações.

A exemplo da seleção de informações, isso ocorreu também na edição do dia 16 de março, em que são articuladas nas matérias em destaque os principais assuntos referentes ao interesse público naquele momento político, mas apenas um lado é proferido. Como visto no quadro 6, o jornal revela que “Ministério Público deve denunciar hoje núcleo petista na Operação Lava-Jato”, conferindo a conotação de que apenas petistas estão envolvidos em escândalos de corrupção.

Sendo um dos critérios de análise a averiguação se o jornalismo de Zero Hora veiculou manchetes que expusessem temas de interesse público, é possível perceber que de fato ele atendeu a questões do interesse público, mas nas edições analisadas os acontecimentos ocorridos no período sofreram tratamentos diferentes, assim como os assuntos que estavam em foco no

contexto político em geral apresentaram informações negativas ao Governo. A composição da capa (fotografia, manchetes, etc) confere também uma produção de sentido desfavorável ao Governo. O jornal ZH destacou a possível ocorrência de problemas decorrentes da manifestação favorável à Dilma, enquanto no manifesto desfavorável ao Governo aspectos positivos foram exaltados e argumentos para a sua realização foram legitimados, como na manchete presente no quadro 6 da análise: “Insatisfação também está vindo do bolso”.

O jornal ZH ambientou em suas edições perspectivas que fornecem elementos discursivos que instigam a percepção do leitor, levando a sentenciar a manifestação pró-Dilma em detrimento da contra o Governo Dilma. De acordo com a construção das notícias no jornal Zero Hora, as manifestações ocorridas no dia 15 de março, que foram contrárias ao governo Dilma, possuíram um destaque muito maior nas capas, visto que usufruíram de mais espaço, recursos visuais e construção textual para expor suas pautas, ao contrário do tratamento dado à manifestação ocorrida no dia 13 de março. As subsequentes capas (dos dias 14, 15 e 16 de março), além da manifestação em si, traziam outras informações que ajudavam a compor um quadro mais desfavorável ao governo. Por outro lado, no âmbito das manifestações favoráveis ao Governo não tinham manchetes que fizessem um contraponto à manifestação, pelo contrário, havia elementos na qual se fundamentava o movimento *pró-impeachment*, legitimando-o através de meios discursivos para guiar o leitor para um entendimento de que a maioria da população concordava quanto ao desejo de queda de Dilma da Presidência da República (vide quadros 4, 5 e 6).

Além das notícias que se relacionam com cada manchete sobre os acontecimentos aqui estudados, é importante salientar que também as escolhas imagéticas influenciam na forma do leitor perceber as manifestações. Em se tratando de cores, as imagens sobre o primeiro acontecimento têm predominância da cor vermelha, em clara associação ao Partido dos Trabalhadores e a outros partidos vistos como de esquerda. Essa associação tende a reforçar a ideia de que o primeiro protesto estava ligado a grupos políticos específicos. Já as imagens relacionadas ao segundo acontecimento tinham as cores verde e amarelo predominando, em livre associação à bandeira brasileira. Isso pode provocar nos leitores a ideia de que esse movimento é muito mais focado aos interesses do país, sem associação direta a nenhum grupo político. Além disso, há uma diferença evidente nas imagens representadas nas capas nos dias posteriores a cada protesto: a capa do dia 14 de março (um dia após o primeiro protesto) trazia uma imagem em um ângulo de fotografia que colocava os manifestantes entre a câmera e um prédio, em um ângulo

fechado, sendo registrada de um nível pouco acima do nível do olho, aparentando ter um número não muito representativo de pessoas presentes; na capa do dia 16 de março (um dia após o segundo protesto), por outro lado, a imagem é aérea, mostrando um espaço aberto abarrotado de protestantes, mostrando um número muito maior de pessoas presentes – além do fato de ter uma segunda imagem menor do mesmo acontecimento, aumentando sua presença imagética na capa, em comparação com o primeiro.

Entender o motivo pelo qual o jornal privilegia determinada manifestação em detrimento de outra (segundo apontam os quadros de 2 a 6) necessita de um aprofundamento relacionado, dentre outras questões, como a quem está ligado cada movimento. Bem como foi expresso no jornal ZH, o primeiro acontecimento, ocorrido no dia 13 de março, foi organizado por movimentos sociais e estudantis, que frequentemente tem sua imagem vista negativamente pela opinião pública. São sinônimos de arruaça, de “vagabundagem”. De acordo com os quadros, termos referidos para tratar os manifestantes (como “militantes” e “MST”) restringem os protestos a um grupo exclusivo e com reivindicações específicas. Ainda no quadro 4 é possível perceber que foi utilizada a palavra “sindicalistas”.

Nos quadros 4, 5 e 6 pode-se perceber que as principais palavras referidas à organização do segundo acontecimento foram “articulados” e “nas ruas”. A construção discursiva do conteúdo de ZH confere a ideia de maioria, como na frase “Articulados nas redes sociais, protesto de amanhã pedirá impeachment da presidente”, em que se perde a perspectiva de um único organizador, ou de um tipo de ideologia política, ganhando força a ideia de uma articulação política que nasce nas redes sociais, disseminada sem uma liderança, quase que ligada a um ideal nacional.

5.3.2 Posicionamento do jornal sobre as manifestações

Através do aporte teórico que foi abarcado no trabalho entendeu-se que o enquadramento é o modo como o jornal edita e define o valor da informação. A notícia é permeada por paradoxos que silenciam ou exaltam determinado viés da realidade, de acordo com a importância que poderá conferir recortes aos interesses de quem promove este veículo. Nesse sentido, pode-se acrescentar ou excluir elementos que constituem os acontecimentos, ou até mesmo encobri-los, dentro de uma ideia de que a notícia é um olhar do fato.

O enquadramento dado pelo jornal Zero Hora aos acontecimentos sobre o Governo Dilma Rousseff nas capas estudadas foi desigual, pois deu mais espaço a um acontecimento em detrimento de outro, e para isso utilizou recortes distintos, permeando a capa do protesto do dia 15 de março com outras informações negativas ao Governo, como realizado na capa do dia 12 de março. Cabe definir no trabalho que houve um enaltecimento do segundo acontecimento, no qual o jornal Zero Hora gerou uma expectativa em torno da manifestação contrária ao Governo, inflando com informações e influenciando a construção dos fatos pelo leitor.

Compreende-se através do enquadramento que a Zero Hora aparenta que o governo não tem saída em relação à crise política e econômica, demonstrando a fragilidade pela qual Dilma passava, tornando sua situação política insustentável e sem condições de governabilidade. De acordo com o quadro 2, referente ao primeiro acontecimento, o Jornal Zero Hora ignora o momento político vivido pelo governo Dilma, sendo que diversas notícias são tratadas ali, como questões econômicas, esportes, entre outras. Em momento algum é mencionado o fato de que o governo passava por uma grave crise política institucional e que serão realizados protestos favoráveis ao mesmo no dia seguinte. No quadro 3, sequência ao dia 12 de março, o Jornal Zero Hora traz em sua capa a imagem de um avenida parada no trânsito caótico e de poucas pessoas que ocupam a rua, conferindo a ideia de um movimento desordeiro e que pertence ao movimento político identificado ao governo Dilma. A mesma edição traz denúncia de corrupção e legitima a falência do governo de Dilma Rousseff, associando, portanto, esses movimentos à crise vivenciada no Planalto.

Portanto, existe intencionalidade na abordagem dada pelo Jornal Zero Hora em relação ao protesto ocorrido no dia 15 de março, estando presentes nas edições dos dias 14, 15 e 16 do mesmo mês. O tratamento conferido foi claramente oportuno, por oferecer ao leitor indícios e argumentos que justificassem os motivos que levariam à insatisfação da população.

Formar uma imagem é, portanto, *reconhecer* um conjunto de propriedades como características de determinadas instituições de atores políticos - um “reconhecimento” que, na verdade, é uma atribuição. O uso do termo “opinião pública” é um pouco mais complexo, na medida em que parece poder ser usado para se referir a qualquer posição conceitual acerca de qualquer objeto. (GOMES, 2004, p. 255).

Para a consecução do trabalho serão abarcados conceitos compreendidos na amplitude teórica deste e explorados os aspectos observados na classificação do conteúdo das capas.

O objetivo do Jornal Zero Hora parece ser o de apoiar os movimentos contrários ao

Governo Dilma, desgastado por uma “sobreposição” de crises, como descrito no quadro 5, e que já não dispunha mais de meios para governar, devido à instabilidade desde o início do segundo mandato (o que foi agravado pelas manifestações referentes ao segundo acontecimento).

Zero Hora procura demonstrar, por meio das informações presentes nos quadros 5 e 6, o quanto a falta de governabilidade e o controle sobre o seu próprio governo fazia com que Dilma Rousseff não conseguisse mais conversar com seus eleitores. O próprio jornal ofereceu tratamento diferenciado às manifestações dos dias 15 de março. Assim, ficam explícitos os traços de intencionalidade discursiva incutida nas manchetes de capa, que se propuseram a construir para seu leitor um cenário que legitima o quanto os manifestos desfavoráveis ao governo seriam benéficos para o processo democrático.

Por fim, todos os elementos elencados formaram a análise discutida neste capítulo. Compreendendo a necessidade de ter um olhar mais conclusivo acerca do que foi observado, o capítulo a seguir deverá apresentar esses dados averiguados conjuntamente, chegando aos resultados finais da análise.

5.3.3 Produção de sentidos sobre a compreensão do acontecimento pelos leitores

A capacidade de atribuir sentido é uma variável que está ligada ao modo como o leitor se relaciona ao tema e a como, através da opinião e imagem pública, o mesmo é formado em seu contexto social. Essas capacidades dependem, em grande parte, do meio em que vivemos e de como recebemos essas informações. Entende-se que para poder produzir sentidos quanto à leitura de uma capa de jornal é preciso entender que o leitor, além de ser afetado por construções imagéticas anteriores àquele objeto, também sofrerá uma limitação de acordo com a forma que a estrutura textual foi construída.

A mídia que conhecemos deriva de grupos hegemônicos, como o caso do Grupo RBS, situado no Estado do Rio Grande do Sul. Essa origem gera impacto, e faz com que um jornal como Zero Hora se torne um poderoso meio de influência no modo como os seus leitores irão dar significados aos acontecimentos. De acordo com os enquadramentos dados aos eventos ocorridos entre os dias 12 e 16 de março de 2015 e com a classificação proposta na metodologia, os elementos oferecidos por ZH resgatam imagens antecedentes de um contexto histórico-social que é de senso comum. Frequentemente manifestações são tratadas na mídia como sinal de transtorno

no fluxo civil, político e econômico de cidades, estados e do país. É possível constatar essa imagem através de indícios dados pelas capas abordadas, bem como tratado no quadro 3 da classificação, sendo possível observar a imagem de vias intransitáveis, trânsito caótico e ruas pouco ocupadas pelos manifestantes. E, como descrito pelo jornal, ressalta-se a palavra “sindicalistas”, em detrimento de “manifestantes”.

É recorrente o modo negativo como os movimentos sindicais e sociais (como MST, CUT e UNE) são tratados pelo próprio jornal ao longo de anos, bem como pela mídia brasileira de um modo geral. Neste sentido, segundo Cruz (2012, p. 798):

Levando em conta essa realidade, percebemos que a mídia tradicional latinoamericana consiste em uma espécie de palco por onde desfilam as mais diversas forças da sociedade. Nesse horizonte definitivamente político, os veículos de comunicação de massa reproduzem os embates entre os setores hegemônicos e contra-hegemônicos – ou de resistência. Assim, quando trata de assuntos como a questão dos movimentos sociais – e mais especificamente do MST –, percebemos que, em geral, a mídia tradicional brasileira mantém-se de braços dados com determinadas forças hegemônicas da sociedade. Assim, governos de oposição ao Movimento, ruralistas, a justiça e o empresariado são blindados. Concomitantemente, o MST é visto como uma organização de delinquentes com propósitos atrasados, os quais têm a simpatia de alguns partidos de esquerda, e que andam em descompasso com a realidade neoliberal globalizante.

No primeiro acontecimento – a manifestação organizada por entidades estudantis e movimentos sociais, que foi retratada nas capas do dia 12 e 13 de março, além da capa em que ocorre um cruzamento entre um evento e outro – o jornal Zero Hora se posiciona de forma desigual em relação ao segundo acontecimento – o protesto a favor do *impeachment* ou renúncia de Dilma. Na edição do dia 12 de março o jornal não referencia nem promove expectativa quanto à manifestação, ignorando a situação política do governo. O silenciamento de informações, ou até mesmo do acontecimento em questão, incide diretamente sobre a imagem pública das manifestações, conforme constatado no quadro 2, construindo a ideia de desimportância dos fatos. Nesse caso, o leitor que não tem conhecimento sobre o acontecimento desse protesto perde a oportunidade de saber o que acontecerá em seu país no dia seguinte, enquanto que aquele que sabia sobre (porém talvez não tivesse uma opinião formada ainda) pode ter tido a impressão de que não seria importante o suficiente, já que não foi noticiado pelo maior jornal do estado.

A edição de ZH do dia 14 de março de 2015 contém muitas peculiaridades, pois existe nesta capa um cruzamento entre o primeiro e segundo acontecimento. Bem como visto no quadro 4, as manifestações são tratadas de modo diferente em relação à imagem pública.

A partir da ideia de que a opinião ao ser publicada se torna pública, justamente por ter visibilidade para que seja difundida, pode-se analisar os dados colhidos. No caso da Zero Hora existe inferências que influem pelo fato de o jornal publicar determinada matéria que irá incutir determinado significado para o leitor. Isso indica traços de intencionalidade por parte do jornal Zero Hora, sendo que o que foi publicado nas capas estudadas proporcionou a dedução do leitor e estimulou que a opinião pública publicada no veículo fosse apropriada por seus leitores, induzindo a ideia de desmembramento e fragmentação do governo Dilma. Essa ideia de que o que é publicado e o que não é publicado influenciam a opinião pública justifica a importância de compreender o posicionamento da Zero Hora, que por sua importância e abrangência tem o poder de moldar inúmeras visões de sociedade.

Gomes (2004, p. 255) diz que:

Assim, ‘imagem pública’ e ‘opinião pública’ são expressões que designam um complexo de posições teóricas acerca de um objeto qualquer. Posições, juízos, teses, hipóteses a respeito de coisas, estados de coisas, relações, circunstâncias, pessoas, fatos, questões, instituições de suas respectivas classes.

O jornal se ampara na ideia de crise, que é legitimada em manchetes secundárias que ampliaram o potencial das manifestações. Como visto no quadro 3, os movimentos favoráveis à Dilma têm relação, segundo o jornal ZH, com os problemas na economia brasileira, já abalada por uma enxurrada de denúncias de corrupção. Na sequência, nos quadros 4, 5 e 6 (sobre o movimento desfavorável ao governo) há a justificativa da ocorrência desse protesto por ele surgir como um resultado decorrente de uma política econômica falha, sem investimento, de déficit econômico, com uma crise política instaurada e que se aprofunda, e principalmente por conta da fragmentação geral e sem controle que ocorre no Planalto.

A instabilidade política fazia com que o povo brasileiro já não visse a presidenta Dilma Rousseff como representante da nação. O quadro 6 demonstra, através da manchete principal e da manchete secundária, fortes indícios da conotação negativa dada pelo jornal ao Governo Dilma. As chamadas insuflam, em tom afirmativo, que a insatisfação deriva de numerosos fatos e denúncias ocorridos desde o primeiro mandato. As manchetes secundárias articulam ainda esse ponto de vista com uma referência direta à palavra “petistas”, determinando a saída desse grupo político do poder. Friso que a imagem pública do Partido dos Trabalhadores (PT) tem sido amplamente devastada pela opinião pública publicada, na qual, devido à visibilidade dada nos

meios de comunicação, são publicadas incontáveis denúncias de imoralidade política, tornando de senso comum para a população a concepção de que este é um grupo contaminado e indecoroso. A partir dessas referências, o leitor de Zero Hora se torna hábil para deduzir a ligação entre as manifestações e o governo. Cria-se a ideia, como descrito nos quadros, que a articulação desenvolvida pelo jornal Zero Hora pretendia criar laços entre as capas e denotar um aspecto positivo que defendesse a manifestação desfavorável ao governo.

Entender como a construção da imagem das manifestações no jornal ZH se deu presume que entendamos o que ela pretende repercutir e influir na opinião pública. A produção de conteúdos realizada por um jornal amplamente difundido como o Zero Hora, que é propriedade do Grupo RBS, precisa ser vista como constituinte de uma forte ação política sobre o leitor. Os dois acontecimentos, ocorridos em datas próximas, 13 e 15 de março de 2015, disponibilizam elementos que facilitam o entendimento das diferentes manifestações ocorridas. As capas de ZH figuram de modos diferenciados os dois acontecimentos, que prezam por objetivos diferentes, mas que em seu cerne têm a mesma configuração visual (ruas ocupadas etc). De um lado, no primeiro acontecimento, há um grupo favorável ao Governo Dilma, já conhecido da opinião pública por apresentar demandas pertencentes a posicionamentos de esquerda e com uma imagem desgastada na mídia; de outro lado há um grupo ainda sem cunho ideológico identificado, que propõe pautas compostas de valores sociais comuns à ideia de cidadania (como o combate à corrupção), e sem ser rechaçado na ideia de que pertence a um partido político, justamente por conta das instituições políticas passarem um profundo momento de esfacelamento.

Naturalmente, como visto nas capas da Zero Hora descritas nos quadros 4, 5 e 6, o segundo acontecimento tende a ser compreendido pelo leitor como um resgate de valores perdidos, enquanto o primeiro acontecimento (organizado por movimentos de esquerda) tende a ser visto como a continuação de práticas arcaicas e que prejudicam o Brasil. O jornal descreve durante as edições dos dias 14, 15 e 16 de março que os movimentos contrários ao Governo Dilma Rousseff são contrários também a um sistema de corrupção, e que a Presidenta é a atual comandante, portanto as crises que assolam o país decorrem da necessidade de finitude do sistema que ela comanda.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da análise do *corpus* de pesquisa apresentado é possível fazer uma reflexão acerca do que foi encontrado a partir das categorias referentes ao interesse público como objeto do jornalismo, ao posicionamento do jornal sobre as manifestações exposto na capa, à opinião pública e à produção de sentidos sobre a compreensão do acontecimento pelos leitores.

Os quadros demonstram a tendência do Jornal Zero Hora a colocar o segundo acontecimento, a manifestação contra o Governo Dilma, em ênfase, e a minimizar o primeiro acontecimento, a manifestação favorável ao governo. Assim, as posições de ZH ficam claras e ocorre a parcialidade em suas capas, causando uma quebra em premissas básicas do jornalismo. As imagens descritas nos quadros tinham presentes elementos que identificavam os movimentos em associação à imagem que está impregnada no imaginário político brasileiro recente. A identificação das manifestações nas imagens também se encontra na angulação da câmera que captou cada uma delas, sendo que a imagem do primeiro protesto dava a impressão de ter um número muito menor do que o segundo protesto, o que poderia levar a uma interpretação de que o segundo acontecimento teve muito mais participantes e, por consequência, poderia ser considerado mais legítimo.

O tom utilizado na formação discursiva de Zero Hora também é muito diferente de um acontecimento para o outro. Enquanto no primeiro o jornal demonstra o quanto os movimentos são identificados com o MST e CUT, no segundo o jornal apresenta a organização do acontecimento como feita por pessoas sem conexões políticas diretas, que se propõem a representar o país. A Zero Hora se refere aos participantes do primeiro ato como “manifestantes”, sempre ligando aos movimentos sociais de simpatizantes políticos do governo, enquanto no segundo acontecimento os participantes são qualificados como “povo nas ruas”, trazendo a ideia de que representam a população na busca de objetivos benéficos a todos.

Fica exposto a simpatia do jornal Zero Hora pela manifestação desfavorável ao Governo Dilma Rousseff. Dada a cobertura ocorrida nas três edições que integram o segundo acontecimento, fica explícito que o jornal possui uma tendência forte em relação ao apoio ao movimento que pedia o *impeachment* de Dilma. Também ficam claras as posturas que o jornal adota para demonstrar o enfraquecimento do governo, empregando argumentos que ratificam a insuficiência de Dilma no poder enquanto invalidam a legitimidade da manifestação favorável,

delegando a este evidências de sua ligação a um governo que tem a imagem conectada à corrupção e à ingovernabilidade.

Portanto, observou-se uma cobertura tendenciosa e uma abordagem diferenciada para os dois acontecimentos, sendo a manifestação contrária ao governo privilegiada pelas capas da Zero Hora.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi apontado no segundo capítulo desta monografia, comunicação e política são dois termos que estão em grande comunhão. Desse modo, respondendo aos objetivos desta pesquisa – de compreender como a Zero Hora qualificou a cobertura dos protestos sobre o Governo Dilma, nas capas dos dias 12 a 16 de março de 2015 –, o jornal fez escolhas com relação às suas capas que vão ao encontro da visão política tradicionalmente adotada por esse veículo, que é negativa em relação aos movimentos sindicais e estudantis, e mesmo com relação ao PT no Estado do Rio Grande do Sul. Ocorre uma filtragem do conteúdo que será exposto, levando ao leitor um pequeno recorte do que é do interesse público.

Este trabalho teve como objetivo geral analisar e compreender como as manifestações ocorridas nos dias 13 de março de 2015 e 15 de março de 2015 foram construídas na capa do jornal Zero Hora (ZH). Para sua realização foi essencial o aporte teórico abarcado. A introdução abre o estudo, expondo em uma perspectiva contextual o momento histórico e político na qual o Brasil estava inserido. O segundo capítulo forneceu subsídios teóricos que abrangem a comunicação política, o acontecimento jornalístico, a construção da imagem e opinião pública, sendo de extrema importância para o cumprimento do trabalho, compreendendo a abordagem do jornal Zero Hora.

O terceiro capítulo apresentou as manifestações analisadas, suas características e pautas, e o jornal Zero Hora, em especial seu histórico. No capítulo metodológico foi apresentado como base para a reflexão a Análise de Conteúdo, à luz dos conceitos de Bardin (2010), e na sequência foram apresentados os modos como seriam classificados o *corpus*. Ao iniciar a análise do *corpus* de pesquisa, no quinto capítulo, o material foi classificado por meio de quadros e descrições. Após essa pré-análise, o *corpus* foi analisado através das categorias pré-estabelecidas no capítulo anterior, de forma a obter uma compreensão detalhada do comportamento da Zero Hora nas situações estudadas. Por fim, o sexto capítulo atrelou todas as observações feitas até o momento para poder chegar às conclusões do trabalho e entender, de uma forma unificada, como se deu a cobertura de ZH nas cinco capas trabalhadas.

O problema de pesquisa procurou tanger o modo como a Zero Hora qualificou a cobertura dos protestos sobre o Governo Dilma (abarcados nas capas entre os dias 12 e 16 de março de 2015,) de acordo com o enquadramento expresso nas suas capas. Portanto, o conteúdo analisado

mostrou neste estudo que houve uma tendência parcial na abordagem do jornal Zero Hora ao se referir a ambos os protestos. Os discursos utilizados deixam claras as posições do Jornal Zero Hora. O jornal foi tendencioso, atuando de forma negativa em relação à manifestação favorável à Presidenta Dilma Rousseff e influenciando de forma positiva em relação à manifestação desfavorável ao Governo Dilma. Ficou claro, devido a todo o conteúdo discursivo observado, somado aos elementos analisados nos quadros, que o jornal procurou dar um enquadramento diferenciado aos dois acontecimentos, privilegiando o segundo. O jornal Zero Hora, desse modo, tendo como pano de fundo todo o poder que foi por ele adquirido ao longo dos anos, deixa explícito o modo como a notícia pode se tornar uma mercadoria (MATOS, 2008).

Compreendemos também que é necessário relativizar o poder de influência de um veículo acerca de suas posturas. Se faz necessário pontuar nesse sentido que ainda que Zero Hora se posicione, ela não seria capaz de nortear todo um processo de construção da imagem pública e tampouco seria o estopim de uma influência da opinião pública, mas sim um integrante de um todo.

Através das noções de interesse público destacadas no estudo, o jornal Zero Hora traça um jogo em que, ainda que aborde manchetes de interesse público, utiliza um formato de discurso de disposição dos elementos que enquadra de modo limitado as temáticas, conferindo um enquadramento parcial às notícias veiculadas. As reflexões e constatações verificadas por meio da análise acerca do tema neste estudo demonstram o quanto o jornal Zero Hora utiliza elementos que são do interesse de seu grupo para incutir em seu leitor um padrão que privilegia alguns aspectos em detrimento de outros, além de utilizar velhas representações destinadas grupos sociais com uma imagem pública desgastada e negativa na sociedade, e mesmo, no próprio jornal. Ao assumir essa postura tendenciosa, Zero Hora abre mão de levar a notícia de modo a abranger o interesse público, e a tangencia, através da opinião pública, a difusão de uma imagem negativa no leitor aos temas que não são do interesse dos seus proprietários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGÊNCIA BRASIL. **Protestos ocorrem em todas as regiões do país.** 2015. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2015-03/protestos-ocorrem-em-todas-regioes-do-pais>>. Acesso em: 14 maio 2017.
- AUGRAS, Monique. **Opinião Pública Teoria e Pesquisa.** Editora Vozes Limitadas – 1970.
- BALDISSERA, Rudimar. **Imagem-conceito:** anterior à comunicação, um lugar de significação.. 2004. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2010.
- BARRETO, Manoel. Estudos em jornalismo e mídia. **Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia** Volume III, nº1. 2006.
- BATISTA, Liz. **Cronologia:** protestos 2015 a 2016. 2016. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,cronologia-protestos-2015-a-2016,1157,0.htm>>. Acesso em: 23 abr. 2017.
- BERGER, G. et al. **L’Plínion publique.** Paris: Presses Universitaires de France, 1957.
- BORGES, Stella. **Fiesp declara apoio às manifestações contra governo federal.** 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/fiesp-declara-apoio-as-manifestacoes-contragoverno-federal-18821957>>. Acesso em: 09 jun. 2017.
- CARTA CAPITAL. **Como foram os protestos de 13 de março pelo Brasil.** 2015. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/parlatorio/acompanhe-os-protestos-de-13-de-marco-em-todo-o-brasil-401.html>>. Acesso em: 24 abr. 2017.
- _____. **Os protestos de 15 de março pelo Brasil.** 2015. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/os-protestos-de-15-de-marco-pelo-brasil>>. Acesso em: 14 maio 2017.
- _____. **Pedido de Impeachment de Dilma abre racha no PSDB.** Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/parlatorio/pedido-de-impeachment-de-dilma-abreracha-no-psdb-4695.html>>. Acesso em: 24 jun. 2017.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto. 2006.
- CRUZ, Fábio Souza da. Os movimentos sociais e a mídis em tempos de globalização: um estudo das abordagens de jornais brasileiros e espanhóis sobre o MST e os direitos humanos. **Revista Famecos Mídia, Cultura e Tecnologia.** Porto Alegre, v. 19, n. 3, set./dez. 2012.
- ESTADÃO. **Manifestações contra Dilma levam multidão às ruas do País.** 2015. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,manifestacoes-contradilma-levam-multidao->

as-ruas-do-pais,1651418>. Acesso em: 24 abr. 2017.

FALLOWS, J. **Detonando a notícia**: como a mídia corrói a democracia americana. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

G1. **Manifestantes fecham Av. Paulista no maior ato anti-Dilma deste domingo**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/03/protesto-contr-governo-fecha-avenida-paulista-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

GOMES, Wilson. A política da imagem. In. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. Vol. I – nº1 – p.145-175 dezembro, 1999.

_____. **Transformações na era de comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMIS, Lorenzo. Os interessados produzem e fornecem os fatos. **Estudos em jornalismo e mídia**. Florianópolis (SC), 2004: UFSC, p. 102-117, Vol.1, Nº 1, 1º semestre de 2004.

GOULART, Jefferson O. (Org.). **Mídia e Democracia**. São Paulo, Annablume 2006, 204p.

GRUPO RBS. **Código de ética e conduta**. Disponível em: <http://www.gruporbs.com.br/wp-content/uploads/2015/10/Codigo_Etica_CondutaGrupoRBS.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2017.

_____. **Zero Hora**. Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/atuacao/zero-hora/>>. Acesso em: 10 maio 2017.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e 'estórias'. 2ª edição. Lisboa: Vega, 1999.

HENN, Ronaldo. Acontecimento em rede: crises e processos. In: LEAL, B.; ANTUNES, E.; VAZ, P. (Org.). **Jornalismo e Acontecimento: Percursos Metodológicos**. Florianópolis: Insular, 2011, p. 79-96.

HOHLFELDT, Antonio. Conceito e história do Jornalismo brasileiro. **Revista de Comunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. 86 p. (Coleção NUPECC).

JUSBRASIL. **Impeachment**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/busca?q=Impeachment>>. Acesso em: 24 jun. 2017.

LEAL, B.; ANTUNES, E.; VAZ, P. Acontecimento em rede: crises e processos. In: _____. (org). **Jornalismo e Acontecimento**: Percursos Metodológicos. Florianópolis: Insular, 2011.

_____. **Jornalismo e Acontecimento**. Volume 1 - Mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular. 2010.

LIPPMANN, Walter. **Título**. Editora Vozes, 2008.

MATOS, Carolina. **Jornalismo e Política democrática no Brasil**. São Paulo: Publifolha, 2008.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

PORTO, Mauro P. Enquadramento da Mídia e Política. In: RUBIM, Antonio Albino Cabelas. **Comunicação e Política: Conceitos e abordagem**. Salvador: Edufba, 2004. p. 73-104.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Espetacularização e Mídia da Política. In: _____. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 181-222.

RUDIGER, Francisco. **Introdução à teoria da comunicação**. São Paulo: Edicon, 2003.

SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Coimbra: Minerva, 1997.

SARTOR, Basilio A. **A noção de interesse público no jornalismo**. 2016. 252 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/140712/000988790.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 25 maio 2017.

_____. Jornalismo e comunicação organizacional em diálogo: imagens conceito da assessoria de imprensa e interações entre fontes, assessores e jornalistas. Dissertação. Porto Alegre: UFRGS, 2011.

SILVA, Gislaine. Estudos em jornalismo e mídia. **Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia**. Volume II, nº1. 2005.

SILVEIRINHA, Maria João. Opinião Pública. In: RUBIM, Antonio Albino Cabelas. **Comunicação e Política: Conceitos e abordagem**. Salvador: Edufba, 2004. p. 409-450.

SOARES, M. C. Análise de enquadramento. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

TSE. **Informações sobre as eleições - Eleições 2014**. 2014. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2014/eleicoes-2014>>. Acesso em: 24 jun. 2017.

UOL. **Protestos contra governo e corrupção reúnem 2 milhões pelo Brasil, diz PMs**. 2015. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2015/03/15/protestos-contragoverno-e-corruptao-reunem-mais-de-2-milhoes-pelo-brasil-dizem-pms.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

ZERO HORA. **Zero Hora sobe para a quarta posição no ranking dos maiores jornais do país**. 2016. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2016/03/zero-hora-sobe-para-a-quarta-posicao-no-ranking-dos-maiores-jornais-do-pais-5231753.html>>. Acesso em: 30 jun. 2017.